

[Enviar a un amigo](#)**Mónica Moro. Responsable de comunicación institucional y e-business. Grupo Menarini España.**

## Gamification en salud: aprender jugando



31/3/2014 2371

**El juego es inherente al ser humano. Somos Homo ludens, como diría el historiador holandés Johan Huizinga (1872-1945), que definió el juego como un fenómeno cultural, una actividad libre y desinteresada. Tareas aburridas o rutinarias pueden ser más divertidas o realizarse de forma más amena gracias a la ludificación, o 'gamification'.**

Este nuevo término viene a definir el uso de las dinámicas de juego en otros contextos, como por ejemplo, la salud, con el objetivo de que los participantes adopten unos comportamientos determinados de antemano: mayor interés por aprender, motivación para seguir un tratamiento, mejorar sus hábitos de vida, etc.

Y parece una muy buena opción ya que en el 72% de los hogares se juega con videojuegos y su penetración social sigue en aumento. Además, jugar no es solo cosa de niños, pues el 82% de los jugadores es mayor de edad, siendo la media de edad del jugador habitual de 35 años.

Con todo ello, la ludificación empieza a ser una muy buena oportunidad de engagement (en inglés "compromiso hacia algo") en las empresas e instituciones. Y ha sido en los últimos años cuando términos habituales del juego como recompensas, puntos, niveles, rankings, etc. han empezado a estar presentes en el mundo empresarial para incentivar determinados comportamientos y enriquecer la experiencia de los usuarios. Prueba de ello son las cifras de crecimiento en ludificación: "sólo" un 155% en 2011 y un 197% en 2012.

Sin embargo, y aunque cada vez más somos conscientes de las oportunidades que la ludificación ofrece a las instituciones, su uso difiere entre los diferentes sectores: así el sector del entretenimiento lo lidera con un 42% del mercado y, curiosamente, el sector de las telecomunicaciones ocupa el último puesto, con un 1%. Por su parte, salud y bienestar ocupan el cuarto puesto con un 10% de la "tarta" de la ludificación.

### El reto #TriviFarma

La ludificación facilita el aprendizaje de forma amena y dinámica. En Menarini, llevamos más de 20 años trabajando en formación continuada dirigida a los profesionales de la salud y desde 2008 explorando la aplicación de los medios sociales a la salud. Por ello, dando un paso más, hemos decidido aplicar técnicas de juego a nuestras actividades principales. ¿Y de qué forma podríamos hacerlo mejor que uniendo nuestro compromiso con la formación y nuestro conocimiento de la salud 2.0?

Así nace TriviFarma, una aplicación móvil de salud dirigida, principalmente, a farmacéuticos de oficina de farmacia, pero también a otros profesionales interesados en adquirir conocimientos sobre entornos 2.0 y herramientas digitales aplicadas a la salud.

TriviFarma, recrea el juego de mesa Trivial Pursuit en el que hay que responder a un conjunto de preguntas sobre temas diversos (algunos "triviales") para ganar a los adversarios. En TriviFarma en lugar de preguntar sobre geografía, arte, historia, deportes, ciencias o entretenimiento se pregunta sobre salud 2.0 y se acumulan "cápsulas virtuales" hasta derrotar al oponente.

Las preguntas están organizadas en cuatro bloques temáticos:

- \* **Seguridad de la información**, con preguntas sobre la Ley Oficial de Protección de Datos, herramientas para proteger la información y casos prácticos.
- \* **Redes sociales**, su uso y gestión, mejora de la identidad digital, redes de referencia y utilidad para el farmacéutico, etc.
- \* **Productividad**: sobre gestión del tiempo, gestión documental/bibliográfica y ofimática web, entre otras cuestiones.
- \* **Gestión de la información**, para comprobar los conocimientos en torno a recursos online de referencia sobre información farmacéutica.

En TriviFarma los jugadores pueden elegir entre dos modos de juego. Bien una partida individual, de "entrenamiento" en la que el jugador, a medida que responde las preguntas, puede ampliar sus conocimientos a través de una breve explicación que, en ocasiones además incluye enlaces a otros recursos. O bien en modo dos jugadores, en el que es posible buscar amigos de nuestras redes sociales o bien retar a un contrincante aleatorio registrado en la aplicación.

La "recompensa" formativa de TriviFarma es el "reto" que plantea con el sistema de niveles del juego. Al acumular puntos el jugador va ascendiendo en un ranking global. De esta forma, puede comprobar en qué posición se encuentra respecto a sus amigos y al resto de usuarios e intentar mejorar su nivel y conocimientos con nuevas partidas. Si a esto le sumamos la opción de compartir los resultados en las diferentes redes sociales, el atractivo va en considerable aumento.

En TriviFarma, la forma (la dinámica de juego), no debe evitarnos ver el fondo (la validez/el rigor de los contenidos). Por ello, junto con el desarrollador de la aplicación (Salumedia), en Menarini hemos buscado la excelencia. Así, convencidos de que no podía ser de otra manera, los contenidos han sido realizados por profesionales referentes en salud 2.0:

- Luis Carlos Fernández Lison, Doctor en farmacia, Especialista en Farmacia Hospitalaria y Experto Universitario en Gestión e Investigación Clínica.

- Francisco Javier Guerrero García, Presidente de la Sociedad Española de Farmacia Rural (SEFAR).

- Manuel Gimbert del Río, responsable de Seguridad de la Información en Hospital Reina Sofía.

- Olga Navarro Martínez, Diplomada en Enfermería y colaboradora en proyectos eLearning en Editorial Médica Panamericana y AulaSalud, además de gestora y creadora de la comunidad Tekuidamos 2.0.

- Rosa Pérez Losa, Diplomada en Enfermería y Licenciada en Antropología..

Docente universitaria en materia de innovación, tecnología y salud 2.0.

Todos ellos han puesto en común su conocimiento y experiencia para ofrecer a los usuarios de TriviFarma una formación de confianza y de utilidad en competencias digitales y salud 2.0 aplicable en el día a día de la Oficina de Farmacia.

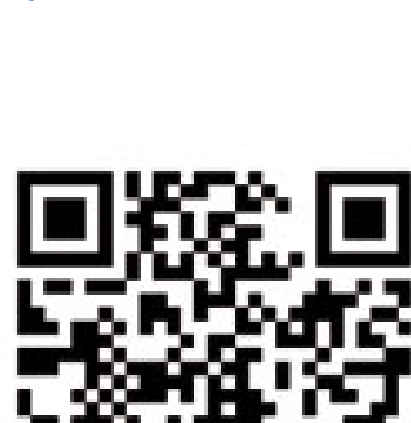
Las 800 descargas producidas y las más de 7.000 sesiones de juego tan sólo un mes después del lanzamiento de la aplicación nos hacen pensar que hay un gran interés en el colectivo de profesionales de la salud en formarse en competencias digitales aplicadas a nuestro sector, sobretodo entre usuarios de 35 a 54 años, hecho, que nos anima a seguir en esta línea de trabajo.

En Menarini empezamos a tener ya cierta experiencia en el desarrollo de APPs de salud (como las agendas de congresos: Cardiovascular Congresos, AndroUro y AlerDerma o la APP de gestión de pacientes ambulatorios en Cardiología desarrollada junto con la Sociedad Española de Cardiología). La creación de una APP que integrara la ludificación ha supuesto un paso adelante y todo un reto: el reto #TriviFarma.

### Bibliografía:

- Entertainment Software Association (ESA), "2011 Sales, Demographic and Usage Data. Essential facts about the computer and video game industry", 2011.
- PSFK, "The Future of Gaming", 2011.
- Jane McGonigal. "Reality is Broken: Why games make us better and how they can change the world", Paperback 2011.
- Peggy Piascik. The Relentless Pursuit of Excellence in Pharmacy Education, Am J Pharm Educ. 2013 September 12; 77(7): 139.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3776893>



**TriviFarma es una aplicación gratuita que se puede descargar tanto para dispositivos Apple (iTunes) como para dispositivos Android (Google Play Store).**

### Categorías:

• Nuevas Tecnologías