

**ESTADO DEL ARTE DEL CONCEPTO JUEGO SERIO COMO  
HERRAMIENTA PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**



**JUAN DIEGO ANGULO CASTRILLÓN**

**UNIDAD ACADÉMICA Y A DISTANCIA, UNIVIDA**

**PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**SEPTIEMBRE DE 2020**

**ESTADO DEL ARTE DEL CONCEPTO JUEGO SERIO COMO  
HERRAMIENTA PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

**JUAN DIEGO ANGULO CASTRILLÓN**

**Trabajo de grado para optar al título de  
Comunicador Social**

**UNIDAD ACADÉMICA Y A DISTANCIA, UNIVIDA  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL  
SEPTIEMBRE DE 2020**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Dedicatoria**

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. A mis amigos por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

# **ESTADO DEL ARTE DEL CONCEPTO JUEGO SERIO COMO HERRAMIENTA PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente texto llevará a sus lectores por un recorrido cronológico por el origen y contexto del concepto Juego Serio, componente que se plantea como herramienta para la aplicación de la Comunicación Estratégica, fundamental, desde mi punto de vista, en el desarrollo de la Comunicación organizacional.

Lo anterior resulta importante en la medida en que aporta a la Comunicación Organizacional, uno de los ejes fundamentales que hace parte del Programa de Comunicación Social de UNIVIDA, programa que se caracteriza por pensar en componentes estratégicos de la Comunicación, así como los estudios de futuro, todo pensado hacia la evolución de la Comunicación en las organizaciones.

Este ejercicio surge con la necesidad de plantear un proyecto de grado, pero también surge como apoyo al proceso de investigación llevado a cabo por el director del Programa, Magíster Alejandro Acosta Acosta, quien me transmitió su pasión por el Juego y la estrategia, aplicados a la Comunicación Organizacional.

Por lo anterior, este texto resulta ser un punto de partida para explorar el concepto de Juego Serio y su aplicación en la Comunicación, sobre todo en la estrategia como aliada fundamental para pensar la Comunicación interna y externa de cualquier Empresa. En mi caso será de mucha importancia para su aplicación en las termales de Aguas Tibias, Coconuco, en el departamento del Cauca, empresa familiar de tradición y que aporta al sector turístico en el sur occidente Colombiano.

El recorrido teórico inicia con una búsqueda bibliográfica de conceptos como Juego, Comunicación, Estrategias y Planeación, de tal forma que se pueden entrelazar y plantear formas creativas de abordar la Comunicación, entendiendo la interdisciplinariedad y Pensamiento complejo desarrollado por Edagar Morin.

Con este ejercicio académico se logra plantear un estudio diferente de la Comunicación Estratégica, aunque desde la teoría es posible encontrar estudios desde la administración, las matemáticas, incluso desde la sociología, los cuales arrojan como resultado métodos para indicar la aplicación de un estudio, en cada área de manera individual, encontrando resultados y componentes utilizables en diferentes campos de la vida cotidiana.

No se ha previsto un estudio dentro de la comunicación que reúna distintos estudios dentro del marco de desarrollo del juego serio y la estrategia, para

ello se establece una reunión de diferentes disciplinas. Se hace de esta manera debido a lo flexible que resultan los estudios de la Comunicación y la transdisciplinariedad que permite múltiples marcos de convergencia e investigación.

Al final el lector podrá encontrar una herramienta útil para aplicar en el ámbito organizacional, de tal modo que se pueda desarrollar un ejercicio de Comunicación Organizacional con un fuerte componente de Planeación y Estrategia.

## MARCO REFERENCIAL

En Latinoamérica los estudios de la Comunicación recaen principalmente en autores como Mario Kaplún, Antonio Pasquali, Néstor García-Canclini, Elena Poniatowska, Guillermo Orozco, María Immacolata Vassallo de Lopes y otros investigadores sociales y comunicólogos que se han detenido a pensar la Comunicación y cómo esta tiene un impacto sobre la sociedad. Estudios que tuvieron un gran auge desde los años sesenta hasta mediados de los ochenta, dejando un gran legado para los próximos estudiantes y profesionales de la Comunicación, así lo plantea Jesús Martín Barbero en su texto "El futuro que habita la memoria"<sup>1</sup>

Lo anterior se enmarca en el contexto latinoamericano, pero a nivel internacional también estaban pasando cosas en torno a la Comunicación y sus estudios; La escuela de Frankfurt, bajo un esquema del positivismo, el funcionalismo y el conductismo, emprendía una evidente crítica hacia la sociedad de masas y el estructuralismo promovido por las escuelas europeas. Esto lo desarrolla a fondo Gustavo León Duarte en su texto Teoría e Investigación de la Comunicación en Latinoamérica<sup>2</sup>, evidenciando cómo hay un enfoque desde la semiótica y los estudios culturales que va a incidir en los

---

<sup>1</sup> Martín-Barbero, J. (2001a). El futuro que habita la memoria. Pensamiento Comunicacional, vol. 2, nº 3. Disponible en: <http://goo.gl/MbmZ0c>

<sup>2</sup> León-Duarte, G. (2002). Teorías e Investigación de la Comunicación en Latinoamérica. Situación actual. Ámbitos, nº 8, p. 19-47. Disponible en: <http://goo.gl/MrVVIQ>

estudios de la Comunicación en América Latina. Se pueden identificar autores como Walter Benjamin, Adorno y Horkheimer y Herbert Marcuse, entre otros.

Es entonces, el punto de partida todo este tipo de estudios llevados a cabo principalmente, en América Latina y Europa, desde donde se lleva a cabo el desarrollo de este texto, ya que se plantea un análisis, no desde la comunicación pura sino de la interdisciplinariedad que ha caracterizado los enfoques de las diferentes posturas y escuelas que se han detenido a analizar la Comunicación.

Ya se han presentado aspectos fundamentales referentes a la Comunicación y sus estudios, por lo cual resulta necesario revisar elementos conceptuales propios del concepto de juego, los cuales serán parte fundamental del análisis aquí presentado.

Para lo anterior, se llevó a cabo una búsqueda general de los principales autores que desarrollaron el concepto de juego, desde el punto de vista de la psicología, logrando empalmar con la noción que plantea la interdisciplinariedad de la Comunicación, sobre todo en sus inicios y el desarrollo desde cada Escuela. Lo que el lector encontrará a continuación es un compendio de autores y su posición frente al juego.

El juego se presenta como herramienta de aprendizaje en el niño, particularmente en las etapas iniciales de su desarrollo, fortaleciendo su desempeño dentro de la familia y la sociedad, logrando depender cada vez menos de sus figuras paternas para construir su propio criterio y formar su personalidad.

El psicólogo ruso Lev Vygotski, fundamentó su trabajo en la psicología del desarrollo, planteando el concepto de Zona de Desarrollo Próximo, lo cual le permitió dar razón de la formación superior del pensamiento basado en la construcción sociocultural, es decir una apropiación externa que posteriormente permitiría, en el niño, una construcción interna de conceptos, teorías y su visión del mundo.

Por otro lado, el epistemólogo y biólogo suizo Jean Piaget, plantea el "juego ejercicio" como una de las formas más primitivas del Juego, éste aparece en el nivel sensorio motor, que se refiere a una etapa específica del desarrollo del niño, en la cual se moldea la parte cognitiva del infante desde los 4 años hasta los 7. En esta etapa el niño accede a juego con reglas, desarrollando la competitividad, entendiendo las diferencias e incentivando la superación personal a través de la competitividad con otros niños, es aquí donde se prueba la tolerancia frente al éxito o el fracaso.

El reconocido pedagogo, Enrique Pestalozzi, planteó la organización de experiencias a través del juego, haciendo principal énfasis en el hecho de que el aprender tenía que ser como un juego, similar a la experiencia que tenía el niño en su casa, teniendo en cuenta unas variables específicas como lo son el disfrutar de la actividad, la flexibilidad y la libertad al momento de escoger. Lo anterior mezclado con una actividad física, mental y verbal.

El reconocido pedagogo, Enrique Pestalozzi, planteó la organización de experiencias a través del juego, haciendo principal énfasis en el hecho de que el aprender tenía que ser como un juego, similar a la experiencia que tenía el niño en su casa, teniendo en cuenta unas variables específicas como lo son el disfrutar de la actividad, la flexibilidad y la libertad al momento de escoger. Lo anterior mezclado con una actividad física, mental y verbal.

Los tres autores analizados con anterioridad nos muestran un panorama teórico e investigativo del concepto de juego, desde el punto de vista de la psicología, casos concretos que le permiten al lector entender este marco referencial a través de la mezcla entre la Comunicación Social y sus estudios, con la psicología infantil, preámbulo para iniciar con este rompecabezas conceptual que dará como resultado el Juego Serio y su aplicación en el contexto de la Comunicación organizacional y la estrategia.

## **ANTECEDENTES**

El proceso de investigación llevado a cabo para la realización de este trabajo, se ha limitado en elementos como artículos, tesis doctoral y libros que ayudan a establecer una relación con la Comunicación Organizacional y el juego serio, entendiendo la Estrategia como componente mediador entre estos dos, para finalmente encontrar el Estado del Arte del Concepto Juego Serio.

A nivel individual muchos trabajos se han encontrado alrededor del concepto de juego serio, pero la mayoría son aplicados al contexto de los videojuegos o se hace un análisis sobre gamificación. La Educación resulta ser un área bastante estudiada frente al concepto, pero se explora el concepto de Juego de manejar aislada, recogiendo elementos de la psicología.

En este apartado se expondrán algunos artículos encontrados, así como textos que dan cuenta de cómo se ha abordado este tema y cómo ha evolucionado con el paso del tiempo, volviéndose pieza fundamental para docentes, ya que es directamente aplicado desde la pedagogía.

Para la selección de los antecedentes que nutren este texto, se tuvieron en cuenta dos conceptos fundamentales: Comunicación Estratégica y Juego serio, de tal forma que los hallazgos bibliográficos arrojaron los siguientes documentos:

En el texto "Comunicación Estratégica y su contribución a la reputación", del autor Paul A. Argenti, del año 2014, se desarrolla el concepto de Estrategia desde el punto de vista de la Comunicación, haciendo énfasis en los entornos de cambio dentro de cualquier organización, lo que obliga al responsable de las comunicaciones internas y externas, a monitorear constantemente variables de cambio que signifiquen rupturas en la Planeación. En el apartado de cambio el autor hace alusión a Hollywood y la Aldea Global de Mac Luhan, componentes que tienen elementos de lúdica y de juego en la medida en que son representaciones de la imaginación, hechos que en algún momento alguien los soñó y se pueden ver como realidad en el presente; Mac Luhan predijo de manera sorprendente la Aldea Global que vivimos ahora, convirtiéndose en parte de nuestra cotidianidad y en parte de lo que caracteriza a los seres humanos, es decir, estar conectados al tiempo desde la distancia a través de una red de ordenadores que nos hace parte de una misma aldea.

A nivel individual muchos trabajos se han encontrado alrededor del concepto de juego serio, pero la mayoría son aplicados al contexto de los videojuegos o se hace un análisis sobre gamificación. La Educación resulta ser un área bastante estudiada frente al concepto, pero se explora el concepto de Juego de manera aislada, recogiendo elementos de la psicología.

El texto mencionado claramente se ubica en los primeros pasos de la disertación encontrada en este trabajo de grado, ya que la Comunicación Estratégica será enriquecida a través de los resultados que aquí se presenten.

Por otro lado, y dentro del marco de la comunicación estratégica se encontró el artículo titulado: "**Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito**", el autor, José Narvárez quien publicó en la revista de Información Científica (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal), aborda la comunicación interna como una estrategia funcional dentro de las empresas, haciendo un marco de "La comunicación interna es una necesidad estratégica y una condición básica para que la empresa o institución pueda afrontar con garantías su funcionamiento. Mejora la gestión de las organizaciones, potencia la calidad de los procesos productivos y favorece el clima de innovación. La imagen de las corporaciones depende, cada vez más, del trato que reciba sus empleados *y de su vinculación con la sociedad en la que desarrollan su labor. Sin comunicación no hay crecimiento posible*"<sup>3</sup>

Narvárez hace un nombramiento de cuatro errores posibles dentro de la comunicación interna, esbozando los siguientes: la **Comunicación interna es infravalorada** porque se analiza como una técnica y no como una cultura corporativa, poco manejo de herramientas tecnológicas activas presentes (intranet, videoconferencias, revistas digitales, portales cibernéticos),

---

<sup>3</sup> Álvarez, José; Razón y Palabra, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, N°56, Abril a Mayo del 2007, Monterrey – México [online] at: <http://www.redalyc.org/html/1995/199520729023/>

manejo de herramientas convencionales como cartelera y con una periódica de información trimestral o mensual, finalmente el presupuesto utilizado se ve como un gasto y no como un inversión para mejorar el mercado interno de la organización. Como complemento de información el siguiente artículo titulado **“La Comunicación como herramienta de Gestión Organizacional”** de la revista NEGOTIUM de Ciencias Gerenciales de Alix Rivera, Luis Rojas, Fanny Ramírez y Teresita Fernández.

El cual determina que las relaciones de una organización deben considerarse en forma primordial para desarrollar la comunicación como una herramienta de realización en donde dos o más partes interactúan, intercambiando informaciones, datos, ideas, opiniones, experiencias, actitudes y sentimientos. La comunicación es *“el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con los objetivos de la organización”*<sup>4</sup> es muy importante conocer, corregir e implementar características de públicos internos, para lograr una reconfiguración de errores que se crean en el transcurso de selección de personal en una empresa, además por loe distintos

---

<sup>4</sup> Rivera, Alix Belén; Rojas, Luis Rodolfo; Ramírez, Fanny; Álvarez de Fernández, Teresita LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL Negotium, vol. 1, núm. 2, noviembre, 2005, pp. 32-48 Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela [online] at: <http://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>

modos de comunicación que se establecen entre los miembros de la misma, por otro lado es indispensable crear una estrategia concisa enfocada en el servicio, producto o relación que la empresa ofertará.

"Goldhaber (1984) afirma que la comunicación organizacional es el flujo de comunicaciones internas, (ascendentes y descendentes y horizontales) que se dan dentro de una organización, para establecer relaciones entre los individuos que conforman la organización. En consecuencia cuando se comunica puertas adentro, las relaciones de trabajo se desenvuelven en un ambiente de sinceridad, de escucha y de circulación de la información"<sup>5</sup>

Las organizaciones a medida del tiempo van creando ritmos monótonos que les limita expresar su máximo potencial cuando entablan la creatividad en su modelo prospectivo expansión, por ese motivo la inteligencia como método de realización creativa se ha referenciado así: "**Gestión Gerencial de la Creatividad en Organizaciones Innovadoras**" un artículo escrito por Edgar Gómez de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Decanato Experimental de Humanidades y Arte, Venezuela.

---

<sup>5</sup> Rivera, Alix Belén; Rojas, Luis Rodolfo; Ramírez, Fanny; Álvarez de Fernández, Teresita LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL Negotium, vol. 1, núm. 2, noviembre, 2005, pp. 32-48 Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela [online] at: <http://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf> pág.35

En la cual Gómez expresa la importancia potencial que debe ser implementada en las organizaciones en la gestión creativa de procesos que permitan la realización en relación de innovación, efectividad y productividad, dando soluciones a diversos inconvenientes y procesos estancados al interior de las empresas. Lo que se pretende es que desde la parte gerencial se tenga un compromiso de apertura para desarrollar metas ambiciosas con cuerpos prospectivos (proyección ambiciosa hacia el futuro) en donde se pueda edificar de manera clara diferentes objetivos encaminados a tener modificaciones para ser realizados y así alcanzar el éxito; pero para ello se deben tener consideraciones desde *"la praxis de una gerencia para el cambio, considerando entornos altamente competitivos, con transformaciones profundas y aceleradas, deben asumir con responsabilidad por los gerentes y/o directivos, a partir de ese contexto, emergerá un cambio en la cotidianidad, en las creencias, costumbres y valores organizacionales, modificando la conducta del talento humano y haciendo que sean altamente comprometidos, así los equipos de trabajo serán más fructíferos, la efectividad y desempeño potencial de éstos depende en buena medida de la dirección efectiva que ejerza el gerente"*<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Gómez, Edgar; **Gestión Gerencial de la Creatividad en Organizaciones Innovadoras**, Revista ASA, Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela, pg.68, fecha: 10/02/2015 [online] at: [http://bibvirtual.ucla.edu.ve/db/psm\\_ucla/edocs/ASA/Vol3Nro2/Articulo05.pdf](http://bibvirtual.ucla.edu.ve/db/psm_ucla/edocs/ASA/Vol3Nro2/Articulo05.pdf)

El gerente es quien direcciona el comportamiento cultural organizacional mediante la inteligencia creativa, pues direcciona el trabajo grupal, las soluciones factibles, estructuradas en crecimiento y fortalecimiento, para aprovechar la prospectiva gerencial a partir del capital humano, con ello generar ideas competentes para innovar y potenciar la calidad eficiente.

Las organizaciones a medida del tiempo van creando ritmos monótonos que les limita expresar su máximo potencial cuando entablan la creatividad en su modelo prospectivo expansión, por ese motivo la inteligencia como método de realización creativa se ha referenciado así: "**Gestión Gerencial de la Creatividad en Organizaciones Innovadoras**" un artículo escrito por Edgar Gómez de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Decanato Experimental de Humanidades y Arte, Venezuela.

*"Para el crecimiento y desarrollo organizacional las Organizaciones Creativas deben poseer una visión postmoderna hacia la Innovación, para lo cual es necesario la presencia de creatividad, pensamiento crítico que acompaña al gerente a actuar de forma original, lo que innova y fortalece su gestión y le da ventajas competitivas. Al referirme a innovación quiero apoyarme en Duggan (2009), quien señala que: "Una innovación es estratégica cuando pone a su estrategia un rumbo nuevo que rinde frutos al final" (p.78). De igual forma el autor hace mención a la intuición estratégica, la señala como una visión innovadora que poseemos todos los individuos y que es una*

*característica clave para los negocios. Otro enfoque que hace Duggan es acerca de la aplicación de la innovación, refiere que en cualquier campo de la realización humana, sea cual sea los elementos para cambiar, cita que expresa cómo: "la intuición estratégica es la chispa creativa en la realización humana" (p.166)"*<sup>7</sup>

La inteligencia creativa si bien es la suma de la comunicación con la estrategia para crear la innovación, a su vez debe tener prospectiva para dar función a la teoría enjambre, así crear un colectivo de trabajo que funcione para una misma visión y obtenga una misión equivalente en objetivos sujetos al mejoramiento organizacional.

---

<sup>7</sup> Gómez, Edgar; **Gestión Gerencial de la Creatividad en Organizaciones Innovadoras**, Revista ASA, Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela, pg.70, fecha: 10/02/2015 [online] at: [http://bibvirtual.ucla.edu.ve/db/psm\\_ucla/edocs/ASA/Vol3Nro2/Articulo05.pdf](http://bibvirtual.ucla.edu.ve/db/psm_ucla/edocs/ASA/Vol3Nro2/Articulo05.pdf)

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Plantear un estudio de Comunicación implicar delimitar de manera contundente los aspectos teóricos que van a ser tratados, esto debido a la interdisciplinariedad latente de la Comunicación Social y los componentes que dieron su origen.

Para el caso específico de este trabajo, se han tomado la Comunicación, la Estrategia y el Juego Serio como principales focos de atención, entendiendo que la mezcla de estos tres dará como resultado una poderosa herramienta de Comunicación Organizacional, claramente utilizable en la Comunicación Estratégica y en la Planeación dentro de cualquier organización. Intentando dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Existe, la suficiente bibliografía, en las fechas comprendidas desde 2010 a 2019, sobre Juego Serio Aplicable a la Comunicación Estratégica?

Para responder al interrogante es preciso hacer una búsqueda de información y clasificarla para lograr un panorama claro sobre lo que se quiere. Y así, desde la Comunicación lograr una herramienta de trabajo para organizar y desarrollar enfoques estratégicos desde la mirada Organizacional.

Lo anterior y desde mi punto de vista, puede llevar al éxito empresarial, visto desde la estrategia, permitiendo "Hacer lo que muchos líderes de negocios realizan: reinventar reglas administrativas y crear para mantener unas nueva

clase de ambiente de trabajo en que puedan desarrollarse los creativos inteligentes”<sup>8</sup>

Se tiene claro que para lograr metas y nuevos propósitos es necesario reinventar la organización con el fin de cuestionar el statu quo y abordar las reglas clásicas empresariales de manera diferente, para que los creativos inteligentes formen un equipo principal con el que puedan contar y planteen ideas comunes para la realización de una meta específica, pues el fin es lograr tener una visión y apersonarse de la misión para así lograr una constante de excelencia.

Muchas organizaciones tienden a tener un comportamiento subyacente al dinero, cuando lo realmente importante es el usuario y/o cliente. Packard<sup>9</sup> uno de los creativos inteligentes iniciales y padre de Silicon Valley, indica en su discurso: “hacer algo que vale la pena (contribuciones a la sociedad), se puede buscar y encontrar gente que sólo le interesa el dinero, pero el impulso subyacente proviene en buena medida de un deseo de hacer otra cosa: fabricar un producto, dar un servicio, en general, hacer algo que resulta valioso”<sup>10</sup> es por ello que es calificado como importante, denotativo y valioso la cultura dentro de las organizaciones como creación de inteligencia que

---

<sup>8</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, How Google Works, Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - Un proyecto divertido para los dos- p.43

<sup>9</sup> Biografía Packard, David ([7 de septiembre de 1912](#) - [26 de marzo de 1996](#)), fue un ingeniero y empresario estadounidense. Cofundador junto a [Bill Hewlett](#), de la compañía de electrónica [Hewlett-Packard](#). [Online] [https://es.wikipedia.org/wiki/David\\_Packard](https://es.wikipedia.org/wiki/David_Packard)

<sup>10</sup> Packard, David; The HP Way: How Bill Hewlett and I Build Our Company; el texto completo del discurso de Packard, pronunciado el 8 de marzo de 1960. (HarperCollins, 2005)

pondera y define aspectos principales en la conformación de equipo, para reflejar confianza y determinar los siguientes interrogantes: “¿Qué nos importa?¿En qué creemos?¿Qué queremos ser?¿Cómo queremos que actúe nuestra empresa?¿Cómo nos gustaría tomar las decisiones?”<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, How Google Works, Cap: Cultura: Cree en tus propios esloganes p.57, febrero 2015 primera edición.

## **HIPÓTESIS**

En Latinoamérica existe la suficiente bibliografía, en las fechas comprendidas desde 2015 a 2020, sobre Juego Serio Aplicable a la Comunicación Estratégica.

## **JUSTIFICACION**

El presente documento surge de la necesidad de crear un espacio en el cual se logre un desarrollo competitivo de la Comunicación a partir de la metodología Juego Serio. Se establece como un marco de innovación para las empresas, pues se presenta como un choque estratégico que enmarca la posibilidad de efectuar una actividad de Planeación Estratégica a partir de la Comunicación y el Juego, buscando como resultados un ejercicio Serio.

Para lo anterior se hace necesario primero escudriñar en la bibliografía disponible y los trabajos teóricos que puedan enriquecer este trabajo, de ahí la importancia de llevar a cabo una búsqueda en la producción intelectual desde 2015 hasta 2020, fechas escogidas en la medida en que se busca contar con herramientas conceptuales recientes, de tal forma que no pierdan vigencia en un futuro inmediato.

El trabajo llevado a cabo dentro de este documento, permitirá enriquecer futuros trabajos que tengan como pilar fundamental el Juego Serio y la Estrategia, aplicados al contexto de la Comunicación organizacional.

La cultura organizacional es una arista de importancia dentro del fundamento de este trabajo ya que se establece desde la psicología social de Hazel Markus, quién expresa: "han usados experimentos controlados para demostrar que, incluso cuando la gente no se da cuenta de ello, su cultura

determina las decisiones cotidianas”<sup>12</sup>. La cultura describe las actitudes, las experiencias, creencias y valores de las organizaciones, estas se manifiestan:

- 1. “Las formas en que la organización lleva a cabo sus actividades, trata a sus empleados, clientes y la comunidad en general*
- 2. El grado en que se permite la autonomía y la libertad en la toma de decisiones, el desarrollo de nuevas ideas, y la expresión personal*
- 3. Cómo se ejercita el poder y como fluye la información a través de su jerarquía*
- 4. La fuerza del compromiso de los empleados hacia los objetivos colectivos”<sup>13</sup>*

Este trabajo se fundamenta en las premisas establecidas por David Packard las cuales delimita comunicar ideas personalmente, compartir valores y principios de trabajo, contribuir al éxito de las personas, buscar bien común, gestionar por objetivos, innovar a través de la educación, crear cultura de cohesión y devolver a las personas todo lo que te dieron. Logrando un objetivo pertinente para cambiar y reinventar los bienes y servicios.

---

<sup>12</sup> Hanzel Rose Markus y Alana Conner, Clash!:8 CulturalConflicts That Make Us Who Are – Hudson Street Press/Penguin 2013)- How Google Works p. 60

<sup>13</sup> Enciclopedia Financiera: Cultura Organizacional, manifestación. [online] at: <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/cultura-organizacional.htm>

Evidentemente todo lo mencionado con anterioridad puede darse a través de otros estudios que permitan ahondar en estos conceptos desde la Comunicación Organizacional, por lo cual el presente trabajo es el inicio de ese largo camino que seguramente emprenderán mis compañeros de estudio o aquellos que tengan acceso a esta información.

## **OJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Elaborar un Estado del Arte del concepto Juego Serio como herramienta para la Comunicación Estratégica

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Elaborar una herramienta de consulta sobre textos relacionados con Juego Serio desde el año 2015 al año 2020.
- Diseñar una conferencia para dar a conocer el estado del arte del concepto Juego Serio como herramienta para la Comunicación Estratégica.
- Plantear elementos de punto de partida para futuros estudios organizacionales que impliquen Estrategia como concepto fundamental.

## **MARCO TEÓRICO**

Dentro de la perspectiva que desarrolla este trabajo se pretende desglosar una enmarcación que logre hacer claridad e identificación de los conceptos principales para utilizarlos como significados representativos y de entendimiento en la nueva forma de ver la comunicación, así se expresan los siguientes, comunicación, estrategia y Juego Serio.

## **COMUNICACIÓN**

La comunicación es un campo que ha sido muy explorado desde la oleada primitiva porque fue un elemento fundamental para el intercambio de acciones y de entendimiento entre seres humanos, por esa misma razón y la necesidad de comunicarse se han ingeniado diferentes maneras lingüísticas, textuales y de signos para lograr una interacción entre personas.

Según la Real Academia Española "la comunicación es la acción y el efecto de comunicar"<sup>14</sup>, significando la "transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor"<sup>15</sup> De ese modo podría explicarse como un

---

<sup>14</sup> RAE (Real Academia Española) la palabra "comunicación" tiene nueve acepciones. La tercera, la que más se asemeja a este tema, dice que la comunicación es la "transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor". RAE "Definición de Comunicación": Diccionario de la Real Academia Española [online] Available at: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=A58xn3c>

<sup>15</sup> RAE "Definición de Comunicación": Diccionario de la Real Academia Española [online] Available at: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=A58xn3c>

proceso interactivo, de retroalimentación e intercambio de ideas entre dos o más sujetos dentro de un grupo social.

La comunicación es importante en el desarrollo de cualquier actividad puesto que permite la expresión para el entendimiento y delimitación de aristas las cuales desarrollan significaciones mediante el lenguaje, cuyo propósito está inscrito desde la lengua y el intercambio en la creación y unión de signos para formar frases articuladas, realizando la palabra lingüista y cognitiva como sentido de oralidad y cualificación de mensajes.

Cabe destacar dentro del marco de la comunicación (*"La búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance"*<sup>16</sup>) que la persuasión es una herramienta importante dado que es una interpretación que se quiere dar a conocer y convérselos del mismo por lo cual se refiere a hacer llegar un mensaje y que sea interpretado a través del convencimiento de tal manera que el emisor transmita (*"Se puede definir al emisor como el elemento o la instancia en que se crea un mensaje, es la fuente en sí misma. El proceso que sigue el emisor para comunicar su idea es el siguiente: la codifica en un sistema de símbolos mismo que deberá ser compartido y claro por quien lo recibe. De ahí que al individuo u organización que desarrolla el mensaje también se le denomine "codificador"'"*<sup>17</sup>) y el receptor capte la idea

---

<sup>16</sup> Terminología acuñada por Aristóteles, Aristóteles (2005). *Retórica*. Alianza Editorial. Madrid

<sup>17</sup> La elección de la palabra "crear" en lugar de "originar", empleada por otros investigadores para definir el acto de comunicar (entre ellos Castro y Moreno, a quienes empleamos como referencia en este texto) obedece a que los hablantes, a medida que actúan y transforman su realidad, hacen lo mismo con el lenguaje. Investigadores

consiente para que sea desarrollada. El receptor según Hervás (1998, p. 12), es el destinatario del mensaje” por consiguiente el receptor es quien recibe el mensaje y lo interioriza para poder hacer uso del mismo.

En el concepto de emisor, receptor y persuasión debe ir un mensaje inscrito que especifique la señal de comunicación. (“De acuerdo con Helena Beristaín, un mensaje *“es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado”*<sup>18</sup>. El proceso de su transmisión involucra un canal, que es empleado por un emisor que codifica las señales para que éstas lleguen a un receptor quien, a su vez, descodifica la estructura recibida. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe *“ser transmitido con un mínimo de errores”*<sup>19</sup>.

La comunicación es un factor que activa la retroalimentación para aprender a escuchar, escribir e interpretar, mediante ello adquirir conocimientos de cualquier ciencia, gracias a que su campo es transdisciplinar y abarca de manera transversal distintas áreas del conocimiento llevándolas a la conformación de una hibridación, que permiten tener un ritmo de actividad y variabilidad de connotaciones.

---

mexicanos, como Raymundo Mier, coinciden con esta postura que fue sostenida por autores como Cornelius Castoriadis.

Santos García Valentina Dionne, Fundamentos de la comunicación, editorial: Red Tercer Milenio S.C, 2012, p.13 [online] Available at: [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf)

<sup>18</sup> Beristaín, Helena, Diccionario de retórica y poética. P. 310. (Santos García Valentina Dionne, Fundamentos de la comunicación, editorial: Red Tercer Milenio S.C, 2012, p.13 [online] Available at:

[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf))

<sup>19</sup> Ibidem (Santos García Valentina Dionne, Fundamentos de la comunicación, editorial: Red Tercer Milenio S.C, 2012, p.13 [online] Available

[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf))

La comunicación ha sido un patrón utilizado dentro de muchas actividades tales como "Marketing, Neuromarketing"<sup>20</sup>, Psicología, sociología, cibernética, pedagogía, semiótica, lingüística, entre otras. Así mismo como un campo de construcción continúa dentro de la interdisciplinariedad. Según Raúl Fuentes y Enrique Sánchez la comunicación "no tiene ni ha tenido un campo disciplinar propio, sino un dominio de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado el campo sociocultural. Y, en segundo lugar, este dominio ha sido, es y quizá tendrá que seguir siendo una encrucijada inter y transdisciplinaria, dentro de las ciencias sociales y humanas, lo que hace el reto aún mayor, en la medida que exige de cada uno dependiendo de los objetos específicos de investigación el desarrollo de un amplio espectro de capacidades teóricas y metodológicas"<sup>21</sup>

La comunicación es un factor que activa la retroalimentación para aprender a escuchar, escribir e interpretar, mediante ello adquirir conocimientos de cualquier ciencia, gracias a que su campo es transdisciplinar y abarca de manera transversal distintas áreas del conocimiento llevándolas a la

---

<sup>20</sup> González-Morales, A. (2016). *Definiciones del Código Ético AENENE*. Asociación Española de Neuromarketing y Neurocomunicación. Consultado el 20 de septiembre de 2016.

<sup>21</sup> FUENTES NAVARRO, Raúl, Retos disciplinarios y posdisciplinarios para la investigación de la comunicación. En: Revista Comunicación y Sociedad, N° 31, septiembre - diciembre 1997, DECS, Universidad de Guadalajara, México. Pp. 215-241. SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E., La enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamérica, en México y en Jalisco, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1986.

conformación de una hibridación, que permiten tener un ritmo de actividad y variabilidad de connotaciones.

Es por esto que la comunicación viene más asociada a un campo transdisciplinario que una disciplina, porque es un componente en donde se pueden estudiar varias perspectivas y temáticas según la necesidad de la ciencia, porque ayuda a comprender, retroalimentar, analizar e interpretar diversos procesos del lenguaje mediante la interacción. Por dicha razón la comunicación es un campo que puede ser aplicado a cualquier estrategia metodológica con sentido comunicativo, para enseñar a estudiar las diferentes connotaciones de ver y analizar el mundo.

## **ESTRATEGIA**

“Se le llama estrategia al conjunto de acciones llevadas a cabo para conseguir un objetivo, esta tiene una implicación militar, pues su etimología se basa en las palabras griegas *Stratos*, que quiere decir ejército, y *Agein*, guía.

Uno de los más representativos autores en temas de estrategia es Sun Tzu con el texto *El Arte de la Guerra*, escrito en el último tercio del siglo IV Antes de Cristo, libro que se ha mantenido vigente, sobre todo, en el ámbito corporativo, pues en la actualidad se hace una analogía entre el mercado y el campo de batalla, donde las estrategias se diseñan con el fin de derrotar a otras organizaciones. Drucker, Chandler, Ansoff y Andrews, entre otros,

analizaron el concepto de Estrategia en los años 70, aplicado a la Administración.

Uno de los primeros autores en mencionar el término Estrategia para el contexto de la Administración fue Drucker, planteando que ésta era la respuesta a dos interrogantes fundamentales; qué es y qué debería ser nuestra empresa, negocio, producto o servicio.

Por su parte, Chandler, define la Estrategia como la determinación de objetivos alcanzables en un largo plazo, esto sumado a cursos de acción y recursos para llegar a alcanzarlos. Chandler, hace énfasis en que la estrategia está seguida de la estructura, de tal modo que el crecimiento depende de esa sinergia que exista entre ambas.

Ansoff, habla de un lazo entre las actividades de la organización y las relaciones dadas entre Mercado y Producto/Servicio, de tal modo que se defina claramente el origen de la actividad y el futuro que se plantee para la empresa.

De la disertación de Andrews, surge una mezcla entre los planteamientos de Drucker y Chandler, planteando que la Estrategia agrupa objetivos o metas con políticas y planes para alcanzar dichos objetivos, definiendo el tipo de negocio y el tipo de empresa que quiere ser la organización.

En los años 90 son Mintzberg, Porter y Quinn, quienes hacen importantes aportes en cuanto a definir la Estrategia, disertaciones que siguen vigentes en la actualidad.

Mintzberg, plantea cinco definiciones de estrategia dándole un nivel más complejo y completo al término: Plan, Pauta de Acción, Patrón, Posición y Perspectiva.

Para Porter, el concepto de estrategia se reduce a dos: ser líder en costes, es decir que se obtiene un producto o servicio a menor precio que la competencia o ser líder en diferenciación, lo que implica que el producto o servicio sea visto como exclusivo.

Quinn, centra su concepto en "la verdadera estrategia", la cual va más allá de la coordinación de planes y programas, se trata de los conceptos que se generan en la misma organización a medida que pasa el tiempo, las debilidades y fortalezas, así como los movimientos que efectúa la competencia"<sup>22</sup>.

La estrategia desde un campo menos convencional a crear un plan, estimado por pasos, es la creación de una idea con bases sólidas que se va reformando en su desarrollo, pues si se tiene plan estructurado hasta el objetivo final ya

---

<sup>22</sup> Término expuesto por el Magister en Pensamiento Estratégico y Prospectiva Alejandro Acosta Acosta en el trabajo de Grado **Prospectiva en el Sector Empresarial de la Organización Nutri Tost S.A.S. Para el año 2036.** Junio 2017

se puede pensar que se está mal, Eric Ries le llama "lograr el fracaso"<sup>23</sup>. Para poder ejecutar una estrategia es indispensable invertir en un equipo "los equipos exitosos detecta las fallas en el plan y la ejecutan, cuyo plan, cambiará conforme avance, y se descubran nuevas cosas sobre el producto y el mercado"<sup>24</sup> cabe una variabilidad y es el avance del mundo en el campo tecnológico, lo que implica que todo bien o servicio que se vaya a prestar este expuesto a grandes modificaciones para mejorar notablemente, lo que se debe ver dentro de un campo de visión hacia futuro.

## **INTELIGENCIA CREATIVA**

La tendencia de cotidianidad ha embargado muchos espacios a través del tiempo y los años en donde todo se torna en una cultura enfocada en lo clásico, en guardar tradiciones y conservarlas, tanto en la vida humana, estudiantil y laboral, en donde la innovación y la nueva tecnología dentro de la cuarta revolución industrial está determinada al rechazo. Todo tiende a ser pensando y analizado con lupa por el miedo al fracaso y con ello a fallar, a cambiar el plan estructurado, pero sobre todo por a evolucionar, así es como llega la inteligencia creativa de la mano de los denominados "creativos inteligentes" para transformar mediante el impacto las organizaciones.

---

<sup>23</sup> Ries define el "logro del fracaso" como la ejecución exitosa de un plan que lleva a ninguna parte porque el plan es completamente fallido: Ries, Eric, The Lean Startup, p 22 y 38

<sup>24</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, How Google Works, Cap: Estrategia: Tu plan está mal p.103 y 105

El término creativo inteligente ha ido evolucionado a medida que pasa el tiempo, pues el término empezó a popularizarse desde 1960. Peter Drucker los llamó "trabajadores del conocimiento"<sup>25</sup> en su libro *-Landmarks of Tomorrow-* en donde expresa que el ideal es que dichos trabajadores fuesen más productivos. Los trabajadores del conocimiento "se desempeñan a la perfección en el estricto mundo del proceso corporativo, que logran una experiencia profunda en un conjunto de habilidades, son excelentes en el statu quo organizacional"<sup>26</sup> pero tienen una connotación tradicional, es el tipo de empleado regular que se encuentra en la empresa con muchos años de experiencia acostumbrado a realizar tareas repetitivas sin innovar así poseen una "profunda pericia técnica"<sup>27</sup> que carece de habilidad para desarrollar distintas acciones cognitivas, creativas, lógicas y que involucren un trabajo individual ( por amor y satisfacción a lo que se hace).

El creativo inteligente ha evolucionado con el mundo y con las nuevas generaciones, por ello el término se acuña a esta era como una persona que no tiene miedo al fracaso, "no le molesta asumir riesgos, no se les limita a la hora de tomar una iniciativa innovadora y menos se les juzga si fracasan, porque se les llena de entusiasmo y se les alienta para que pongan en práctica

---

<sup>25</sup> Peter F. Drucker, *Landmarks Of Tomorrow* (Harper, 1959)

<sup>26</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, *How Google Works*, Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - *El Creativo Inteligente*- p. 38

<sup>27</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, *How Google Works*, Cap: Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - *El Creativo Inteligente*- p.39

sus propias ideas”<sup>28</sup> el creativo como su palabra lo indica es libre de crear y hacer de su trabajo un ambiente óptimo para el desarrollo de sus ideas y más que ello para contribuir de manera exitosa a la empresa en la que labora (“Creativo inteligente: Posee un profundo conocimiento técnico sobre cómo utilizar las herramientas del oficio y también tiene mucha pericia práctica”<sup>29</sup>).

El creativo inteligente es “multidimensional, combinan a profundidad la técnica con el conocimiento de los negocios y el toque creativo”, son trabajadores del conocimiento pero no el típico de los años 60 sino el trabajador encaminado a conseguir el “éxito en el siglo del internet”<sup>30</sup> y la era de la globalización.

Creativo inteligente “ – experto en hacer cosas, no solo diseña conceptos, sino que diseña prototipos-, -analista excesivo-, - sabe de negocios, ve una línea directa que va del conocimiento profundo a la excelencia en el producto para llegar al éxito comercial-, comprende 3 fases `competencia, comprender al usuario, grupo focal (es el mismo creativo), es fuente de ideas nuevas, curiosidad, ve problemas por resolver”<sup>31</sup>, en conclusión es una persona

---

<sup>28</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, How Google Works Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - El Creativo Inteligente- p.40

<sup>29</sup> Definición de creativo inteligente, libro: How Google Works, Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - El Creativo Inteligente- p.40

<sup>30</sup> Schmitdt, Eric- Rosenberg, Jonathan, How Google Works, Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - El Creativo Inteligente- p.40

<sup>31</sup> How Google Works, Cap: introducción: lecciones aprendidas desde la primera fila, - El Creativo Inteligente- p.41-42.

inquieta por el conocimiento que mediante la creativa quiere mejorarlo y retroalimentarlo.

## **JUEGO**

El concepto de juego se ha analizado desde diferentes enfoques, sobre todo desde la psicología, como parte fundamental del crecimiento humano, analizando no solamente su carácter de brindar placer, sino también como generador de conocimiento en la medida en que el ser humano, en su etapa de la niñez, experimenta con la realidad y su entorno.

Desde el punto de vista de Madeiros<sup>32</sup> , se plantea que: “Los juegos son formas de comportamiento recreativo, suelen ser actividades sociales donde los participantes como miembros intentan por habilidad y por suerte alcanzar determinado objetivo, sujetándose a las normas que regulan el juego”. A través de este proceso, el niño transforma el juego en una interacción constante, llevándolo al desarrollo y maduración psicosocial.

Lo anterior cobra relevancia según Jiménez<sup>33</sup>, quien propone que: “La dimensión lúdica a partir de las propias experiencias creativas, la cual posibilita el crecimiento de las demás dimensiones, interviene en ella factores cognoscitivos, comunicativos, éticos y estéticos interrelacionadas de acuerdo con el ambiente educativo de la institución”

---

<sup>32</sup> Madeiros, B. (2005). La organización de los contenidos en el jardín de los infantes. Buenos Aires: Coihue p.97

<sup>33</sup> Jiménez, C. A. (2009). Pedagogía de la creatividad y de la lúdica. Bogotá: Mesa Redonda. P. 43

Como conclusión del planteamiento anterior, es preciso afirmar que el juego conlleva a pensar de manera estratégica, pensamiento que pueden ser simples o complejos, pero que finalmente son parte del escoger y el plantear la mejor decisión frente al entorno que se está analizando, dando como resultado, objetivos realizables que surgieron a partir un proceso creativo y divertido.

El juego implica un accionar espontáneo, es una actividad que está asociada a la acción libre, por lo cual domina un alto grado de libertad, esto no quiere decir que no existan reglas, al contrario, el juego dentro de cualquier contexto siempre está codificado por los participantes, sin importar, por ejemplo, que haya elementos de fantasía o no se cumplan las leyes de la física, siempre habrá una auto regulación.

El juego no es un proceso simple, al contrario, es complejo en la medida en que ayuda a ajustar muchos elementos de crecimiento cognitivo del niño, aspectos como los límites, la diferenciación entre el bien y el mal, lo que está correcto o incorrecto, espacialidad, estados de ánimo, etc. Por tal motivo, a través del juego es posible expresar estados de ánimo, posiciones frente a la vida y todo lo que implique exteriorizar la psiquis del ser humano.

Huizinga<sup>34</sup> plantea que: "El hombre juega, como niño, por gusto y recreo, por debajo del nivel de la vida seria. Pero también puede jugar por encima de

---

<sup>34</sup> Huizinga, J. (1987). Homo Ludens. Madrid: Editorial Alianza p 47

este nivel y jugar en este último sentido es lo que posibilita transferir al juego de un plano meramente óptico a un plano de fundamentación ontológica”.

Lo que nos lleva a pensar que el juego es parte fundamental de la realidad del humano, razón por la cual puede hacer parte de la experiencia y la realidad del ser como hombre y de su capacidad de pensar en su realidad, de ahí que aplicarlo a la Comunicación Estratégica y analizarlo desde el punto de vista de la Comunicación Organizacional, resulta bastante pertinente.

La educación aparece desde el primer momento que nace el ser y lo acompaña en toda la vida. En sociedades primitivas era un proceso espontáneo y natural pero a través del tiempo se ha venido transformando hasta contemplarse la necesidad de una persona para realizarla, de ahí nace un proceso educativo estructurado y sistemático.

La educación como proceso general puede dividirse en dos grandes campos: el primero, de carácter espontáneo o natural también denominado por Ricardo Nassif como educación cósmica, del cual se encarga la familia en la denominada socialización primaria y el vecindario, la iglesia, los medios de comunicación, los clubes etc. En la denominada socialización secundaria. El segundo de carácter estructurado y sistemático, desarrollado por las instituciones especializadas creadas con este fin dentro de las cuales figuran los jardines infantiles, las escuelas primarias, los colegios de secundaria y las universidades, además las instituciones de carácter no formal.

En Colombia la educación especializada y sistémica se encuentra dividida en dos, primero una educación formal y otra no formal, en la primera es la sucesión del preescolar hasta la universidad, otorga título, y la segunda es simplemente una capacitación para el trabajo y formación permanente.

Pero este sentido ha provocado una serie de críticas que han aportado a la construcción de una educación más autoritaria y doctrinaria, revisando a Emilio Durkheim quien consideraba que la educación es el medio por el cual las generaciones adultas socializan e incorporan a las generaciones jóvenes a su sistema de creencias, valores, instituciones sociales; en general a lo que la sociedad es.

Pero a esto le sumamos que la educación no es tan solo la reproducción de ideas tiene un trasfondo muy importante como lo dice Gramsci quien precisa que la educación juega un papel en la creación de un poder alterno, que responde al poder hegemónico dominante. La tarea de la educación consiste en forjar una nueva cultura, un nuevo hombre, sentar las bases de una nueva sociedad, en la que el hombre no es más enemigo del otro.

Retomando el concepto de educación podemos analizar que en una instancia es un proceso espontaneo y natural, pero a medida de la evolución del hombre se torna más compleja, donde su labor se le delega a terceros, dando origen a la educación estructurada y sistematizada.

En este sentido podemos ver que al volverse compleja la educación y ser delegada a terceros nace necesariamente la pedagogía, que son el resultado de diferentes procesos de sistematización y aplicación en la enseñanza. Es aquí donde vemos la reflexión de "Juan Amos Comenio, donde plantea: la pedagogía es considerada entonces como una ciencia social que tiene como objeto de estudio el hecho educativo y la responsabilidad de liderar la formación del hombre nuevo, que con su carácter crítico y creativo, responda a las características de la sociedad a la cual pertenece.

Ahora desde el presente proyecto vamos a tomar como referente el modelo constructivista, ya que va acorde a la perspectiva pedagógica y con los alcances del proyecto.

Para abordar la teoría del constructivismo se debe entender que es más que una teoría que busca explicar los acontecimientos del quehacer docente, respuestas que solo cada profesor puede resolver en el tendido que no todos los contextos son similares. Es aquí donde resulta claro como el docente toma el constructivismo como actitud de un permanente cambio siempre en busca de que los alumnos aprendan.

Se puede decir que el constructivismo es la intención permanente del docente para que el alumno aprenda. Es una visión de cómo aprendemos los seres humanos. Conocer es construir conocimiento. En la anterior conceptualización

de que es el constructivismo, podemos rescatar lo siguiente:

- La intención permanente del docente por el cambio.
- La importancia se centra en lo que el alumno aprende.
- Una visión de muchas posibles que intenta dar respuesta a como aprende el ser humano, en este sentido trasciende de ser solo una teoría.

Para que el profesor obtenga una actitud constructiva debe poseer las siguientes

características:

- Se centra en el aprendizaje porque es un creador de condiciones propicias para que el alumno aprenda.
- Vincula los temas o contenidos del programa a las necesidades, intereses o experiencias cercanas al alumno.
- Lograr que el alumno disfrute del aprendizaje y se vuelva autodidacta.

De las anteriores características descritas podemos partir del hecho que si se centra el quehacer docente en el aprendizaje, da la posibilidad de modificar su plan de clase, dando una flexibilidad al aprendizaje para así lograr el interés por parte de los alumnos. Es necesario que los contenidos de cada clase se dirijan a los alumnos acorde a sus necesidades cotidianas. Es aquí

donde este proyecto intenta por medio de juegos trasladar los aprendizajes a un contexto real.

Es importante rescatar que el aprendizaje no debe ser impuesto, donde el alumno no vea utilidad dentro de sus necesidades y el contexto a una serie de aprendizajes, por lo tanto no le vera utilidad y así mismo perderá todo el interés.

Lo anterior no puede pasar dentro de una propuesta constructiva, ya que el profesor partiendo desde la necesidad de que el alumno aprenda adquiera habilidades autodidacticas.

## **METODOLOGÍA**

Para el presente trabajo se optó por una investigación documental, ya que el centro de la investigación es la búsqueda y análisis de textos relacionados con el concepto de Juego Serio y su aplicación en diversos contextos, utilizables para el ámbito organizacional y estratégico de la Comunicación.

Para lograr lo anterior se centró la búsqueda en textos digitales principalmente en idioma español; trabajos de grado, papers, tesis y artículos.

El estado del arte, fruto de esta investigación, permitió determinar el interés por un tema específico, en este caso el Juego Serio aplicado a la Estrategia y la Comunicación Organizacional, lo cual permitirá servir de partida para futuras investigaciones que se acoplen a la temática aquí abordada.

## **TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

Como herramientas de recolección de datos se recurrió a fichas bibliográficas que permitirán llevar a cabo una consulta rápida sobre los textos electrónicos disponibles en materia de Juego Serio. Lo anterior se tuvo en cuenta para los años comprendidos entre 2015 y 2020.

<b>FORMATO FICHA BIBLIGRÁFICA</b>	
<b>Tipo de Documento</b>	Señalar si se trata de un Trabajo de grado, artículo, revista, tesis u otros.
<b>Acceso</b>	Link en el cual se encuentra alojado el documento.
<b>Autor</b>	Autores del texto con sus nombres y apellidos completos
<b>Publicación</b>	Ciudad, institución y año de publicación
<b>Palabras claves</b>	Palabras claves que permiten asociar el texto con temáticas específicas.

*Cuadro 1. Formato ficha bibliográfica elaboración propia.*

## **RESULTADOS**

Se llevó a cabo una búsqueda básica en Google, planteando elementos clave como Juego Serio y Estrategia, arrojando una serie de resultados que permitieron dar inicio al ejercicio de investigación. Posteriormente se pasó a una etapa más profunda, llevando a cabo la búsqueda en Google Académico, lo que permitió el hallazgo de texto más especializados y con un componente teórico ideal para esta investigación.

A continuación, hago una relación, teniendo en cuenta la ficha diseñada y los textos encontrados:

<b>Nombre</b>	<b>Scrum Simulation with LEGO Bricks</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Inglés - Paper
<b>Acceso</b>	<a href="https://es.slideshare.net/jbohorquezc/scrum-simulationwithlegobricksv20">https://es.slideshare.net/jbohorquezc/scrum-simulationwithlegobricksv20</a>
<b>Autor</b>	Alexey Krivitsky
<b>Publicación</b>	Lego4scrum, 2009

<b>Resumen</b>	<p>Over the last couple of years I have co-trained a dozen Scrum classes both certified and not. All of those classes had different simulation sessions, but I've always felt like there should be better ones.</p> <p>Below I am listing the features that a minimal game on Scrum should have, in my opinion.</p>
<b>Nombre</b>	<b>A Brief History of Serious Games</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Inglés - Paper
<b>Acceso</b>	<a href="https://core.ac.uk/download/pdf/157768453.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/157768453.pdf</a>
<b>Autor</b>	Phil Wilkinson

<b>Publicación</b>	Bournemouth University, Bournemouth, UK, 2015
<b>RESUMEN</b>	<p>Serious Games are now an established field of study. In this field most would attribute the rise of Serious Games to Clark C Abt's creation of the term in 1970, or indeed Ben Sawyer's popularization of it in 2002. However, considering the rich history of purposing non-digital games, itself preceded by discussions of purposing play that are traceable to the work of Plato, it can be said that Serious Games is a contemporary manifestation of centuries old theories and practices. In this chapter, we explore the pre-history of Serious Games, beginning with the suggested purpose, and purposing of play. Throughout this historical review we identify key in research and practice that are apparent in the contemporary Serious Games field.</p>

<b>Nombre</b>	<b>Un juego Serio para Desarrollar y Evaluar la Competencia de Trabajo en Equipo</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español - Paper
<b>Acceso</b>	<a href="http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5113264">http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5113264</a>
<b>Autor</b>	Mariluz Guenaga <sup>1</sup> , Andoni Eguíluz <sup>1</sup> , Alex Rayón <sup>1</sup> , Elena Quevedo <sup>2</sup>
<b>Publicación</b>	IE Comunicaciones Revista Iberoamericana de Informática Educativa, Número 21, Enero-Junio 2015, pp 3-11
<b>Resumen</b>	Presentamos en este artículo los fundamentos de la competencia de trabajo en equipo, y cómo integramos su desarrollo y evaluación en un juego serio. Describimos el proceso de diseño, las decisiones pedagógicas, la metodología utilizada y cómo estos factores afectan al diseño final. El artículo explica cómo se han utilizado técnicas de Learning Analytics para monitorizar

	<p>y evaluar la competencia de trabajo en equipo.</p> <p>El juego recoge, sin interferir con el usuario, los datos necesarios para medir la competencia, y para permitir el análisis completo del sistema en la empresa en la que se utilice.</p>
<p><b>Nombre</b></p>	<p><b>Diseño de un juego serio basado en el suspense</b></p>
<p><b>Tipo de Documento</b></p>	<p>Español - Paper</p>
<p><b>Acceso</b></p>	<p><a href="http://nil.fdi.ucm.es/sites/default/files/Delatorre%202015%20-%20Juego%20serio%20basado%20en%20el%20suspense_0.pdf">http://nil.fdi.ucm.es/sites/default/files/Delatorre%202015%20-%20Juego%20serio%20basado%20en%20el%20suspense_0.pdf</a></p>

<b>Autor</b>	Pablo Delatorre, Anke Berns, Manuel Palomo-Duarte, Pablo Gervas, y Francisco Madueño
<b>Publicación</b>	Departamento de Ingeniería Informática Universidad de Cádiz, Spain Departamento de Filología Francesa e Inglesa Universidad de Cádiz, Spain Departamento de Ingeniería del Software e Inteligencia Artificial Universidad Complutense de Madrid, Spain
<b>Resumen</b>	<p>En las últimas dos décadas, los juegos educativos han sido ampliamente utilizados para mejorar el aprendizaje de lenguas extranjeras. Los estudiantes generalmente se divierten aprendiendo mediante desafíos intelectuales. No obstante, no todos los juegos logran mejorar la educación de cada alumno de la misma forma y al mismo ritmo. Diferentes características del juego repercuten en la experiencia del aprendizaje. En el presente artículo presentamos un estudio preliminar para el diseño de un videojuego en el que enfocar aspectos psicológicos como el</p>

	<p>suspense con objeto de mejorar la atención del estudiante mientras que juega. De esta forma pretendemos no solo enganchar a los estudiantes a jugar varias veces al mismo juego, sino también conseguir un mayor aprendizaje en cada partida. En nuestro artículo, describimos como diferentes componentes emocionales (valencia, intensidad y control) pueden afectar al jugador. Esto se implementa en un prototipo de juego de detectives basado en el suspense que dinámicamente crea la historia de la partida, teniendo en cuenta las puntuaciones emocionales de los diferentes conceptos empleados en el juego.</p>
<p><b>NOMBRE</b></p>	<p><b>Diseño y evaluación de un juego serio para la formación de estudiantes universitarios en habilidades de trabajo en equipo</b></p>
<p><b>Tipo de Documento</b></p>	<p>Español – Artículo</p>

<b>Acceso</b>	<a href="http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1646-98952015000100007">http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1646-98952015000100007</a>
<b>Autor</b>	Raquel Poy-Castro, Cristina Mendaña-Cuervo, Begoña González
<b>Publicación</b>	RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo se centra en el análisis de la adquisición y el desarrollo de ciertas competencias genéricas en un grupo de estudiantes de Grado mediante el diseño de una nueva actividad de aprendizaje, específicamente un Juego Serio. A partir de la exigencia de nuevos métodos de enseñanza y, sobre todo aquellos relacionados con las tecnologías de aprendizaje, en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), el uso de juegos serios se justifica porque promueven el aprendizaje y transferencia de conocimiento. En concreto, se ha diseñado un juego serio, Concordia, con el fin de promover y analizar el desarrollo de la habilidad de trabajo en equipo.</p>

	<p>En este juego serio, los estudiantes tienen que resolver un problema cuya solución depende principalmente de la capacidad de negociación entre los miembros del grupo. Los resultados muestran que la experiencia mejora la solución final del juego y la habilidad de trabajo en equipo.</p>
<b>NOMBRE</b>	<b>El Lego Serious Play como herramienta para solucionar problemas sociales. Estudio con alumnos de Administración de Empresas</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español - Artículo

<b>Acceso</b>	<p><a href="https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionysociedad/article/view/754">https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionysociedad/article/view/754</a></p>
<b>Autor</b>	<p>Gustavo Villamizar Acevedo y Julio Enrique González Ambrosio</p>
<b>Publicación</b>	<p>Cultura, Educación y Sociedad/ Barranquilla, Colombia / Vol. 6 No. 1 / Enero - Junio 2015</p>
<b>Resumen</b>	<p>Resolver problemas es una de las actividades centrales de ser humano y se manifiesta en tareas tanto laborales como lúdicas. Con el objetivo de conocer la eficacia del Lego Serious Play (LSP), herramienta que consta de una serie de piezas, que deben ser ensambladas hasta crear un modelo inicialmente concebido en la mente. Se realizó una investigación experimental, para ello se trabajó con 14 estudiantes de primer semestre de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga (UPB), de la primera cohorte del 2013, nueve hombres y cinco mujeres, con una edad</p>

	<p>promedio de 18.2 años, con una desviación de 1.26. Este grupo se dividió en dos subgrupos, experimental y control. El experimental con seis estudiantes (cuatro hombres, dos mujeres, edad promedio 18.2 años) y el control con ocho (cinco hombres, tres mujeres, edad promedio 18.3 años). Con el grupo experimental se trabajó con el LSP y con el otro con lápiz y papel. El análisis de los resultados, permitió dar cuenta que el trabajo con el LSP generó mayor cantidad de situaciones problemáticas, así como soluciones a los mismos que los del modelo de lápiz y papel. Los resultados obtenidos dejan ver la utilidad de esta herramienta en el ámbito escolar para el desarrollo de habilidades cognitivas que permite solucionar problemas.</p>
<p><b>NOMBRE</b></p>	<p><b>Juegos serios como instrumento facilitador del aprendizaje: evidencia empírica</b></p>
<p><b>Tipo de Documento</b></p>	<p>Español – Artículo</p>

<b>Acceso</b>	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6629165">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6629165</a>
<b>Autor</b>	Ana Cristina Urquidi Martín - Carmen Tamarit Aznar
<b>Publicación</b>	Universitat de València, España, 2015
<b>Resumen</b>	<p>Este trabajo tiene por objetivo aportar evidencia empírica sobre la eficacia de los juegos serios en la docencia universitaria. Para ello, hemos implementado simulaciones de gestión desarrolladas por el Massachusetts Institute of Technology, en una asignatura de la Facultat d'Economía de la Universitat de València, en el curso académico 2014-2015.</p> <p>Mediante el uso de cuestionarios se recogen las opiniones que expresa el alumnado sobre esta metodología, llegándose a la conclusión que con esta herramienta los alumnos han estado motivados y concentrados en estas actividades, gracias a lo cual, se han podido alcanzar los objetivos de aprendizaje marcados en el curso.</p>

<b>NOMBRE</b>	<b>Origins of Serious Games</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Inglés - Paper
<b>Acceso</b>	<a href="https://www.semanticscholar.org/paper/Origins-of-Serious-Games-Djaouti-Alvarez/52c7a503ccd8391926329ae84e6db532de7398e5">https://www.semanticscholar.org/paper/Origins-of-Serious-Games-Djaouti-Alvarez/52c7a503ccd8391926329ae84e6db532de7398e5</a>
<b>Autor</b>	Damien Djaouti, Julian Alvarez, Jean-Pierre Jessel, Olivier Rampnoux
<b>Publicación</b>	IRIT, Toulouse III University (France) Ludoscience (France) European Centre for Children's Products (CEPE), Poitiers University (France)
<b>Resumen</b>	The purpose of this chapter is to discuss the historical origins of Serious Games to try to understand where the current wave of "Serious Games" comes from. We first review the origins of the "Serious Games" oxymoron. We will then

	<p>analyse digital games designed for serious purposes before the 2000's.</p> <p>Such games can be traced back to the beginning of the history of video games. We will use all these elements to discuss how the current wave of "Serious Games" began; and to highlight the differences between "Serious Games" and their ancestors.</p>
<b>NOMBRE</b>	<b>RAICES: un juego serio social para revalorizar las culturas originarias</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español – Tesina de licenciatura
<b>Acceso</b>	Universidad Nacional de la Plata, 2015
<b>Autor</b>	Luciano Julián Nomdedeu
<b>Publicación</b>	<a href="http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/48087">http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/48087</a>
<b>Resumen</b>	En este trabajo se exponen los aspectos más destacados del proceso de creación de Raíces, un juego serio social que sirve como didáctica para la enseñanza, y busca estimular a los niños

de hoy, caracterizados por el uso naturalizado de las tecnologías, a adquirir conocimiento a través de las redes sociales. La propuesta de este juego online tiene objetivos pedagógicos escondidos, objetivos que se pretende, posibiliten a los jugadores obtener un conjunto de conocimientos sobre las culturas aborígenes en forma natural y distendida, despertando curiosidad y deseos por aprender. Se intenta generar un estado emocional que propicie procesos de aprendizaje más efectivos que los métodos tradicionales de enseñanza. Las redes sociales y el tiempo que los niños pasan en ellas, pueden ser más fructíferos si además de favorecer a la socialización, a la cooperación y a la diversión, les permite adquirir conocimiento. El juego Raíces se propone colaborar en el proceso de concientización de los niños y adolescentes sobre los valores de las culturas originarias, sus problemáticas históricas y actuales, y los derechos de estos pueblos, buscando fortalecer la concepción de la

	Argentina como un país pluriétnico y multicultural.
<b>NOMBRE</b>	<b>Juego serio: modelo teórico para su diseño y producción</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español - artículo
<b>Acceso</b>	<a href="https://www.researchgate.net/publication/296333764_Juego_serio_modelo_teorico_para_su_diseno_y_produccion">https://www.researchgate.net/publication/296333764_Juego_serio_modelo_teorico_para_su_diseno_y_produccion</a>
<b>Autor</b>	Oscar Boude Figueredo, Edgar Andrés Sosa Neira
<b>Publicación</b>	Universidad de La Sabana, Universidad Autónoma de Manizales, 2016

<b>Resumen</b>	<p>Se presenta un modelo teórico para el diseño y producción de juegos serios, que propone que, para responder a las necesidades y expectativas de los jóvenes actuales, es necesario que el proceso de producción de juegos serios este fundamentado en la co-creación de los mismos entre docentes y estudiantes. Establece una serie de fases y roles que se deben llevar a cabo entre estos actores para que se logre al final la concepción de un Videojuego que favorezca el desarrollo de aprendizajes y responda a las expectativas de los estudiantes de hoy.</p>
<b>NOMBRE</b>	<b>Gamification in project management: experiences from business and training</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Inglés - Paper

<b>Acceso</b>	<a href="https://www.researchgate.net/publication/319079139_Gamification_in_project_management_Experiences_from_business_and_training">https://www.researchgate.net/publication/319079139_Gamification_in_project_management_Experiences_from_business_and_training</a>
<b>Autor</b>	Guillermo Montero Fernández - Vivancos
<b>Publicación</b>	21th International Congress on Project Management and Engineering Cádiz, 12th - 14th July 2017
<b>Resumen</b>	<p>More and more concepts of gamification or ludification are applied in the most diverse areas from health, education, the business world, etc. In the same way, gamification strategies can be applied for Project Management. This document reflects the experience of applying different concepts of gamification in practice such as the application of lego serious play in the different stages of project management: initiation, planning, execution and closing of a project in an engineering company. It also shows experiences of application of board games in courses of Project Management.</p>

<b>NOMBRE</b>	<b>Juego serio como actividad de autoevaluación de los alumnos y su integración con un entorno virtual de enseñanza y aprendizaje</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español - Tesina de licenciatura
<b>Acceso</b>	<a href="http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/95657">http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/95657</a>
<b>Autor</b>	Federico Héctor Archuby
<b>Publicación</b>	Universidad Nacional de la Plata, 2017
<b>Resumen</b>	<p>La utilización de juegos en escenarios educativos es una práctica naturalizada, especialmente en los niveles iniciales de la educación formal. Las tecnologías digitales han evolucionado de forma tal que los videojuegos se han puesto también en el abanico de posibilidades para desarrollar estrategias educativas innovadoras. Debido a la proliferación de los dispositivos móviles que ocurrió en los últimos años, han empezado a surgir investigaciones para aprovechar las</p>

posibilidades de los juegos serios sobre este tipo de dispositivos.

En la presente tesina, se ha desarrollado un juego serio para dispositivos móviles orientado a la autoevaluación de los estudiantes y con posibilidades de integración con Entornos Virtuales de Enseñanza y Aprendizaje (EVEA).

Se realizó una revisión bibliográfica sobre juegos serios, y su relación con la educación, haciendo énfasis en aquellos pensados para autoevaluación y en dispositivos móviles.

También se relevaron diferentes motores de juegos como posibilidades para el desarrollo del juego creado en esta tesina.

El desarrollo es un juego serio llamado "Desafiate", que se integra con la herramienta de autoevaluación del EVEA IDEAS. Con este juego se desarrolló una experiencia con alumnos y docentes del módulo de EPA del curso de ingreso para las carreras que dicta la facultad. Se presentan los resultados y las conclusiones del trabajo.

<b>NOMBRE</b>	<b>Uso de los juegos serios como una herramienta interactiva para el aprendizaje significativo de la cátedra de la paz</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Español – Artículo
<b>Acceso</b>	<a href="https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/cpa/z/article/download/11640/13377/">https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/cpa/z/article/download/11640/13377/</a>
<b>Autor</b>	
<b>Publicación</b>	
<b>Resumen</b>	El artículo analiza el uso de los juegos serios como una herramienta interactiva que contribuya al aprendizaje significativo de las temáticas propuestas para la Cátedra de la Paz, reglamentada en Colombia por la Ley 1732 del 2014; a través de los juegos serios se pueden construir contextos que enfatizan el aprendizaje activo y significativo de las diferentes temáticas de la cátedra. Se presenta también una revisión

	<p>de los videojuegos educativos existentes, se mencionan algunas experiencias educativas con los juegos serios y posteriormente se habla de su pertinencia con las temáticas de la cátedra. Además, se muestra un ejemplo de aplicación de un juego serio para promover la convivencia pacífica y respetuosa. Finalmente, se brindan sugerencias sobre el uso de los juegos serios en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la Cátedra de la Paz.</p>
<p><b>NOMBRE</b></p>	<p><b>Trabajando en Proyectos con Lego Serious Play</b></p>
<p><b>Tipo de Documento</b></p>	<p>Español - Artículo</p>
<p><b>Acceso</b></p>	<p><a href="https://www.researchgate.net/publication/337944157_Trabajando_en_Proyectos_con_Lego_Serious_Play_R?enrichId=rgreq-52eb482ab7d89a7f47051a86c9743a75-">https://www.researchgate.net/publication/337944157_Trabajando_en_Proyectos_con_Lego_Serious_Play_R?enrichId=rgreq-52eb482ab7d89a7f47051a86c9743a75-</a></p>

	<p>XXX&amp;enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMzNzk0NDk1NztBUzo4MzY1MjQzMDAwNjY4MTZAMTU3NjQ1NDM0MzYxMQ%3D%3D&amp;el=1_x_3&amp;_esc=publicationCoverPdf</p>
<b>Autor</b>	<p>Guillermo Montero, Alberto Cerezo-Narváez, Manuel Otero-Mateo</p>
<b>Publicación</b>	<p>Universidad de Sevilla, Universidad de Cádiz, 2019</p>
<b>Resumen</b>	<p>Esta investigación estudia la formación en dirección de proyectos a través de la metodología Lego Serious Play®, explorando su uso y aspectos complementarios junto a otras técnicas de pensamiento creativo, demostrando su utilidad como complemento de los métodos tradicionales de enseñanza, reforzando conceptos y trabajando en competencias. Para ello, se examinan dos casos de aplicación práctica, analizando los resultados obtenidos, con sus circunstancias específicas. Además, se valora la motivación y experiencia de los participantes, así como la contribución del juego al aprendizaje, evaluando la calidad del proceso</p>

	y cómo este ayuda a conseguir los objetivos educativos planteados, asegurando su adecuación.
<b>NOMBRE</b>	<b>Game Design Workshop</b>
<b>Tipo de Documento</b>	Inglés - Libro
<b>Acceso</b>	<a href="https://books.google.com.ni/books?id=taHNBQAAQBAJ&amp;printsec=frontcover#v=onepage&amp;q&amp;f=false">https://books.google.com.ni/books?id=taHNBQAAQBAJ&amp;printsec=frontcover#v=onepage&amp;q&amp;f=false</a>
<b>Autor</b>	Tracy Fullerton
<b>Publicación</b>	2008 Tracy Fullerton. Published by Elsevier Inc.
<b>Resumen</b>	<p>There is magic in games.</p> <p>Not magic like a Level 19 fireball spell is magic. Not the kind of magic you get when you purchase a trick in a magic store. And not the kind of mystical experience that organized religion can go on about. No, games are magic in the way that first kisses are magic, the way that finally arriving at a perfect solution to a difficult problem is magic, the way that</p>

conversation with close friends over good food is magic.

The magic at work in games is about finding hidden connections between things, in exploring the way that the universe of a game is structured. As all game players know, this kind of discovery makes for deeply profound experiences. How is it possible that the simple rules of chess and Go continue to evolve new strategies and styles of play, even a er centuries and centuries of human study? How is it that the nations of the entire world, and even countries at war with each other—at war!—can come together to celebrate in the conflict of sport? How do computer and video games, seemingly so isolating, pierce our individual lives and bring us together in play?

To play a game is to realize and reconfigure these hidden connections—between units on a game board, between players in a match, between life inside the game and life outside—and in so doing, create new meaning. And if

games are spaces where meaning is made, game designers are the meta-creators of meaning, those who architect the spaces of possibility where such discovery takes place.

Which is where this book comes in. You are reading these words because you are interested in not just playing games, but in making them.

Take my word for it: Game Design Workshop is one of the very few books that can truly help you to make the games that you want to make.

Those games bursting from your heart and from your imagination. The ones that keep you up at night demanding to be designed. Games that are brimming with potential for discovery, for meaning, for magic.

## **CONCLUSIONES**

El presente trabajo cumplió con los objetivos trazados al inicio del mismo, dando así respuesta a la pregunta de investigación.

Encontrando que existe bibliografía sobre Juego Serio, pero no aplicada al contexto de la Comunicación Estratégica, a manera de experiencia se logró recopilar suficiente información que si bien es cierto no hace referencia al objetivo general de esta investigación, sí permite plantear un punto de arranque para investigaciones relacionadas con la temática.

El estudio arrojó 15 documentos de temáticas variadas, documentos que tienen como elemento fundamental el Juego Serio y la gamificación, el último término no se contempló al momento de plantear el trabajo de grado, pero se vio como una variable constante en muchas investigaciones o libros de texto, lo que permitió encontrar una relación estrecha entre los dos conceptos

Lo anterior es un gran aporte que deja esta investigación en la medida en que se deben tomar en cuenta los dos términos, tanto Juego Serio como gamificación, los cuales parecieran ser lo mismo, pero no lo son, y el uso de uno u otro afectaría el desarrollo del ejercicio de la Comunicación Estratégica y la Comunicación organizacional.

El presente texto, sirve como referente para que los estudiantes que inician su trabajo de pregrado, consulten aspectos básicos del Juego Serio y anclarlo a la Comunicación Estratégica.

Se debe continuar llevando a cabo este tipo de trabajo que buscan la interdisciplinariedad y la búsqueda de la construcción de nuevo conocimiento a través de la mezcla de diferentes disciplinas, en este caso la comunicación y la psicología, explorando el concepto de Juego Serio, Estrategia y Comunicación.

Los nuevos estudiantes de último semestre deben aplicar la investigación formativa a través de nuevas propuestas e indagar en nuevos conceptos, que sea esta una forma de incentivar a nuevos descubrimientos aplicables en la sociedad y su dinámica organizacional.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Martín-Barbero, J. (2001a). El futuro que habita la memoria. Pensamiento Comunicacional, vol. 2, nº 3. Disponible en: <http://goo.gl/MbmZ0c>
- León-Duarte, G. (2002). Teorías e Investigación de la Comunicación en Latinoamérica. Situación actual. Ámbitos, nº 8, p. 19-47. Disponible en: <http://goo.gl/MrVVIQ>
- Argenti-Paul, (2014). Corporate Communication, ISBN 9788483669382 McGraw-Hill Education
- Vygotski, Lev S. (1978) Mind in Society, The development of higher psychological Processes, Harvard University Press Cambridge, Mass.
- PIAGET, Jean e INHELDER, Bärbel, Psicología del niño, Madrid: Morata, 1969.

- JIMÉNEZ, Carlos Alberto. La inteligencia lúdica. Juego y pedagogía en tiempo de transformación.
- GANEM, Patricia. RAGASOL, Martha en: El constructivismo como alternativa de trabajo docente. ¿Qué es el constructivismo? México. Editorial Limusa S.A. 2010.