

RESEÑAS

Revuelta, F.I, Esnaola, G. (Coord.) (2012). *Videojuegos en redes sociales: perspectivas del edutainment y la pedagogía lúdica en el aula*. Barcelona: Laertes, 196 pp.

La rápida adecuación de la sociedad humana a la comunicación virtual hace que los paradigmas sociales cambien, y tengan que adaptarse al nuevo modelo de interacción, en el que se crean grupos cuyos integrantes hablan de temas diversos, y ni siquiera se conocen pero su interés común les sirve de nexo. Por ello al teoría de los *6 grados de separación* originalmente formulada por Frigyes Karinthy, cobra más sentido en la actualidad, en la que los individuos están enlazados por las redes sociales y la distancia entre ellos/as no limita la comunicación. Por ello se decidió estudiar la influencia de uno de los elementos que componen las redes sociales actuales (Facebook, Google+ y Tuenti), los videojuegos, cuya presencia en las redes sociales es indiscutible. Por ello, se ha elaborado el libro *“Videojuegos en redes sociales: perspectivas del edutainment ¹ y la pedagogía lúdica en el aula”*. El libro se divide en 8 Capítulos de diferentes autores/as, 13 en total coordinados por los doctores Francisco Revuelta de la Universidad de Extremadura (España) y Graciela Esnaola de la Universidad Tres de Febrero (Argentina).

En el primer capítulo se aborda el juego en red social desde distintas perspectivas, como: económica, lúdica, didáctica y social. Pero se precisa más en el ámbito didáctico. Para ello se describe el *Social Gaming* (Juego Social) y como las compañías más importantes como Zynga, Electronics Arts, Rock You... hacen uso de este, así como del modelo *Freemium*² para atraer a más usuarios/as. Y de cómo la cooperación entre factores sociales y videojuegos hace que la curva de aprendizaje sea sencilla y progresiva. Por ello se propone enfocar los aprendizajes que ofrecen los juegos en redes sociales para ser utilizados en el aula ordinaria.

En el segundo capítulo describen los pilares en los que se fundamentan y construyen los juegos sociales, en él se expone que la clave del juego social radica en jugar con otros hacia una meta compartida. Tal como precisa el autor el juego social requiere la competición/cooperación entre iguales como motivación, además de servir como elemento de marketing utilizado por las compañías para atraer a más usuarios/as. Estas estrategias buscan el equilibrio entre la diversión que ofrece el juego, y los beneficios que genera, lo que suele ser el modelo a seguir por las empresas distribuidoras para los juegos existentes en las redes sociales.

El modelo de comunicación del videojuego en red social es el título del tercer capítulo en el que se aborda el juego como concepto, definición, usos y prospectiva. Se toma al juego como parte de la condición humana tal y como mencionaba Huizinga en su obra *Homo Ludens*, como un elemento de aprendizaje

¹ *Edutainment*: Educar a través del juego

² *Freemium*: Juegos gratuitos con micropagos

presente en la actividad humana, así como conceptualizado como una actividad con sentido propio que promueve la libertad de acción y la imaginación. En este capítulo el juego se trata como algo relevante en el desarrollo humano y que está presente en la cultura social, adaptándose a los nuevos medios mediante el paradigma actual comunicativo de la red social.

En el cuarto capítulo ya se abordan los videojuegos en redes sociales como vehículos de aprendizaje, en el que se toma el juego como un acto humano subjetivo a la sociedad, tal y como se describió en el capítulo tercero. Y se toma como interés la estimulación que crea el elemento social en la creación de ambientes de aprendizaje, espacios multimodales, aprendizaje informal, etc.

En el quinto capítulo se muestra un estudio en el que se describen las fichas técnicas de los videojuegos junto a los aprendizajes que pueden percibirse al utilizarlos. En las fichas que se han creado figura tanto información técnica como información que es útil para la docencia, pues describe elementos de utilidad didáctica dentro del videojuego.

En el sexto capítulo del libro se tratan las estrategias didáctica para con los videojuegos en redes sociales. En el capítulo se hace una selección de videojuegos y los conocimientos que aportan, así como la utilización de los aprendizajes obtenidos en otros ámbitos, y que invitan al usuario a ser más analítico y reflexivo, gracias a la asunción de riesgos en entornos controlados, como son los videojuegos.

La adicción también es un punto importante en el uso de videojuegos, y es libro podría ser muy útil en el aula ordinaria pues aún la interacción social,

en el capítulo séptimo donde se describe como la conectividad, instantaneidad, movilidad y masificación de las redes sociales asociadas a videojuegos pueden producir problemas de adicción en los usuarios/as, pues la mayoría de estos juegos requiere una fidelización con este, y la necesidad de otros para avanzar.

El lazo redes sociales-videojuegos se presenta como un refuerzo en la actividad social, a veces lastrada por eventos puntuales y la dependencia del jugador por otros, para conseguir una gratificación.

Por último en el octavo capítulo los *Serious Games* son los protagonistas, se hace un pequeño recorrido sobre su definición y los usos educativos de los mismos. Estos se encajan en software cuyo fin es el aprendizaje, bajo la premisa de que cualquier juego produce experiencia, y esta a su vez aprendizaje. Esto se consigue bajo la utilización de simulaciones para el desarrollo de aprendizajes que son transferibles de forma inconsciente.

A modo de conclusión, se puede decir que las redes sociales son un importante medio de difusión de información, y un instrumento social indiscutible, y de gran relevancia social, que implementan videojuegos que están contruidos con los elementos clásicos del juego junto con trazos sociales, haciendo que el jugador/a sienta que necesita a otros para jugar, y al mismo tiempo sentirse útil para los demás. Esta concepción tal y como se apunta en el

con el propósito de aprender con videojuegos. Un libro que describe los

mecanismos de las redes sociales y su vínculo reciente con los videojuegos. El camino está construido tan solo hay que buscar otra forma de recorrerlo y este libro ofrece algunas pistas de cómo hacerlo correctamente.

Jorge Guerra Antequera