



Gamificación Territorializada: Transformando la Educación en el contexto de la Sociedad del Entretenimiento y la Economía de la Atención

Territorialized Gamification: Transforming Education in the Context of the Entertainment Society and the Attention Economy

Eduardo Ovidio Romero

eoromero@unvime.edu.ar, eduardo.romero@um.edu.ar

Universidad Nacional de Villa Mercedes, Universidad Nacional de Mar del Plata, Universidad de Mendoza. Doctor en Filosofía, Doctor en Ética, Posdoc en Ciencias Sociales y Humanas, Magíster en Administración de Empresas, Licenciado en Filosofía, Profesor de Grado Universitario en Filosofía. Profesor de posgrado. Codirector de PROICO en la UNVIME, Director de proyecto de I+D en la UM, Investigador en NAD de CyT en la UNMdP, Investigador en PROICO en la UNSL. Períodos de investigación y formación en Alemania, Brasil y México. Numerosos artículos científicos publicados en el país y el extranjero. Tres libros de autoría unipersonal traducidos a seis idiomas y publicados en Europa.

8

Carolina Agustina Klein

carolinaa.klein@gmail.com

Universidad de Mendoza, Universidad Católica FASTA y Universidad Tecnológica de México. Licenciada en Diseño y Comunicación Transmedia (Universidad Católica FASTA), Técnica Superior en Diseño Gráfico (Nivel Superior de la Pcia de Córdoba), Maestranda en Comunicación Transmedia (Universidad Tecnológica de México), Maestranda en Docencia Universitaria (Universidad Tecnológica de México), Diplomada en Diseño y Producción



Editorial (Fundación Gutenberg), Diplomada en Diseño Web y Multimedial (Universidad Tecnológica Nacional). Diversos artículos de investigación publicados en revistas especializadas en Ciencias Sociales, Diseño y Comunicación. Expositora en congresos relacionados con temas de Diseño y Comunicación y Transmedia. Múltiples exposiciones, individuales y colectivas, gráficas y artísticas en la Provincia de Córdoba, Argentina.

Resumen:

En la sociedad actual, caracterizada por la saturación de información y el consumo constante de entretenimiento digital, la atención se ha convertido en un recurso limitado, lo que da lugar a la economía de la atención. Este fenómeno presenta grandes desafíos para la educación, la cual debe adaptarse a los nuevos patrones de consumo de las audiencias actuales. La gamificación surge como una herramienta poderosa para captar la atención de los estudiantes. Sin embargo, para que esta estrategia sea eficaz, es fundamental territorializarla, adaptándola al contexto local, considerando la cultura, los intereses y las características de la comunidad. La territorialización de la gamificación no se limita a adaptar el contenido, sino que implica diseñar experiencias educativas relevantes y significativas que conecten con los estudiantes. Esta adaptación permite generar un aprendizaje más dinámico y participativo, integrando diversas tecnologías digitales de forma efectiva.

Palabras clave: Sociedad del entretenimiento; gamification; territorialization; economía de la atención; educación digital.

Abstract:

In today's society, marked by information overload and constant digital entertainment consumption, attention has become a limited resource, leading to the attention economy. This phenomenon presents significant challenges

for education, which must adapt to the new consumption patterns of contemporary audiences. Gamification is emerging as a powerful tool to capture students' attention. However, for this strategy to be effective, it is crucial to territorialize it, adapting it to the local context by considering culture, interests, and community characteristics. Territorializing gamification goes beyond adapting content; it involves designing relevant and meaningful educational experiences that connect with students. This adaptation allows for a more dynamic and participatory learning process, effectively integrating various digital technologies.

Keywords: Entertainment society, gamification, territorialization, attention economy, digital education

Introducción:

En la sociedad contemporánea, marcada por la saturación de información y la omnipresencia del entretenimiento digital, la atención se ha convertido en un recurso escaso y codiciado. Este fenómeno ha dado origen a lo que se conoce como la economía de la atención, donde la capacidad de los individuos para concentrarse y dedicarse a tareas prolongadas se ve cada vez más fragmentada. Este nuevo escenario presenta desafíos significativos para la educación, que debe adaptarse a las características de las nuevas audiencias, quienes están inmersas en un entorno mediático constante y efímero.

La gamificación se entiende como la aplicación de mecánicas, dinámicas y elementos propios de los juegos en contextos no lúdicos, sin necesidad de incorporar juegos completos. Esta estrategia busca aprovechar la familiaridad de los estudiantes con los mecanismos de juego, como recompensas, niveles o desafíos, para aumentar su motivación y compromiso en el proceso educativo.

Es importante diferenciar la gamificación del aprendizaje basado en juegos (game-based learning), que sí implica el uso de juegos completos diseñados

con fines educativos. La gamificación no requiere la creación ni el uso de juegos, sino que utiliza elementos de juego para mejorar experiencias educativas.

Para que la gamificación sea efectiva, es necesario adaptarla a las características y necesidades locales a través de un proceso denominado territorialización. Esto implica contextualizar las dinámicas y mecánicas del juego considerando la cultura, los intereses y los recursos del territorio, para que la propuesta educativa resulte relevante y significativa. La territorialización de la gamificación implica contextualizar los elementos del juego dentro de las características culturales, sociales y económicas de cada comunidad. Esta adaptación no se limita a modificar el contenido, sino que también involucra un diseño que permita a los estudiantes sentirse identificados y conectados con las estrategias gamificadas y las dinámicas de aprendizaje propuestas. De esta forma, se busca que los aprendizajes adquiridos a través de la gamificación no solo sean relevantes a nivel académico, sino también significativos en el contexto del entorno social de los estudiantes (Contreras Espinosa, 2016)

11

En este sentido, la implementación de estrategias de gamificación territorializada responde a los desafíos de la educación del siglo XXI, donde la interactividad, la participación activa y la integración de tecnologías juegan un papel fundamental. Esta perspectiva permite imaginar un futuro educativo más dinámico y atractivo, que no solo capte la atención de los estudiantes, sino que también los prepare para enfrentar los retos de una sociedad cada vez más compleja y digitalizada.

1. La Sociedad del Entretenimiento y la Economía de la Atención: Un Nuevo Escenario para la Educación

La sociedad contemporánea se describe como modernidad líquida, (Bauman, 2008) caracterizada por la fragmentación, la volatilidad y la incertidumbre. En

este escenario, las nuevas audiencias, inmersas en un flujo incesante de información y entretenimiento, se han vuelto fragmentadas y dispersas, con una capacidad de atención limitada. La instantaneidad y la conectividad permanente que ofrecen las tecnologías digitales y que han configurado una cultura de la inmediatez, donde la paciencia y la concentración profunda se ven desafiadas. (Martínez López, 2011)

Se describe a este fenómeno como el capitalismo de ficción, donde la promesa de felicidad y satisfacción se basa en el consumo de experiencias efímeras y superficiales. La educación, por lo tanto, se enfrenta al reto de competir con la seducción constante del entretenimiento digital, buscando estrategias para captar la atención de los estudiantes y fomentar su interés por el aprendizaje.

La incorporación de nuevas tecnologías y la adaptación a las prácticas culturales de las nuevas audiencias se han vuelto imprescindibles para el desarrollo de una educación relevante y significativa. No se trata simplemente de incorporar juegos en el aula, sino de aplicar las mecánicas, dinámicas y elementos propios de los juegos en contextos educativos, sin necesidad de utilizar juegos completos. En este sentido, es fundamental territorializar la gamificación, adaptándola a las necesidades y características específicas de cada lugar y comunidad, para garantizar que las estrategias sean relevantes y significativas en cada contexto (Díaz-Cruzado & Troyano-Rodríguez, 2013).

La cultura local, los intereses de los estudiantes, los recursos disponibles y los desafíos que enfrenta cada territorio deben ser considerados al momento de diseñar e implementar estrategias de gamificación. La co-creación y el diseño autónomo, conceptos que se presentan como estrategias clave para una gamificación territorializada, permitiendo la participación activa de los estudiantes y la comunidad en la creación de experiencias de aprendizaje relevantes y significativas.

2. Las Nuevas Audiencias: Líquidas, Fragmentadas y Conectadas

Las nuevas audiencias, inmersas en la sociedad del entretenimiento y la economía de la atención, se caracterizan por ser líquidas, fragmentadas e hiperconectadas. Este nuevo escenario mediático, impulsado por las tecnologías digitales, ha transformado las formas de consumir y producir contenidos, desafiando los modelos tradicionales de comunicación y educación. Las relaciones humanas, los valores y las identidades se vuelven fluidas y cambiantes, adaptándose a un contexto de constante transformación. Esta fluidez se extiende al ámbito de las audiencias, que se alejan del modelo tradicional de receptor pasivo para convertirse en actores activos y participativos (Bauman, 2008)

La fragmentación es otra característica clave de las nuevas audiencias. La multiplicidad de medios y plataformas de comunicación, la diversificación de los contenidos y la individualización de los consumos han generado una audiencia dispersa, con intereses y prácticas heterogéneos. El consumo mediático se ha vuelto personalizado, adaptándose a las preferencias y necesidades de cada individuo.

13

Carlos Scolari (2013), en su libro "Narrativas Transmedia", describe la expansión de las historias a través de múltiples plataformas y medios. Las nuevas audiencias navegan por un ecosistema mediático complejo, donde los contenidos se fragmentan y se expanden, exigiendo una participación activa del receptor para reconstruir el relato. La interactividad, la conectividad y la colaboración se convierten en elementos centrales de la experiencia mediática.

Se exploran además nuevas prácticas de las audiencias en las redes sociales. La autora destaca el carácter activo y participativo de las audiencias, que no se limitan a consumir contenidos, sino que también los producen, comparten y comentan. Las redes sociales se han convertido en espacios de interacción y

diálogo, donde las audiencias se conectan entre sí y con los productores de contenidos. (Tarullo, 2015, p.100-101)

En este contexto se aborda la fragmentación de las audiencias y la importancia de las segundas pantallas. El consumo mediático ya no se limita a un único dispositivo, sino que se expande a través de múltiples pantallas, generando una experiencia fragmentada y multitarea. Las productoras de contenidos deben adaptarse a este nuevo escenario, desarrollando estrategias transmedia que integren los diferentes medios y plataformas.

La complejidad del ecosistema mediático actual, la fragmentación de las audiencias, la cultura de la inmediatez y la participación activa de los usuarios plantean nuevos desafíos para la comunicación y la educación. La comprensión de las características y las prácticas de las nuevas audiencias se ha vuelto fundamental para la creación de contenidos relevantes, la implementación de estrategias educativas efectivas y la construcción de un futuro mediático más democrático e inclusivo.

3. Territorio y territorialización

Para comprender la gamificación territorializada, es necesario dejar en claro el concepto de territorio y territorialización. El territorio no se limita a una simple porción de la corteza terrestre, sino que se configura como una construcción social dinámica e histórica donde interactúan diversos factores culturales, políticos, económicos y ambientales (García, Acevedo, 2010). Es un espacio de gobernanza donde los gobiernos desarrollan su gestión, pero también es un espacio de supervivencia que permite a las comunidades procurar su desarrollo sociocultural y económico, convirtiéndose en un marco de referencia para la construcción de signos, significados e identidad cultural (Velazco, Andrade, 2012). La cultura tiene un papel crucial en la configuración del territorio, ya que este se define por relaciones de poder que establecen un límite y actúan sobre la organización social, económica y política de un grupo

humano. Territorializar implica entonces la apropiación tanto concreta como abstracta de una porción del espacio físico-geográfico por parte de un grupo social. Esta apropiación va más allá de lo material e involucra la construcción de significados, valores, emociones y experiencias que dan forma a la identidad cultural y al sentido de pertenencia al lugar (Aguirrei et al., 2021). El territorio se convierte en un espacio donde se materializan las relaciones sociales, incluyendo las de poder, dominio y explotación, que se organizan en una época determinada.

La categoría de territorialización implica un proceso dinámico y en constante evolución donde la interacción humana juega un papel fundamental. Es en esta interacción donde se construyen los vínculos emocionales con el espacio, los cuales se ven reflejados en las representaciones sociales, culturales y comunitarias que se tejen alrededor del territorio. Bustos Velazco y Molina Andrade (2012) añaden que el territorio es construido y definido por cada cultura, por lo que existirán tantos tipos de concepciones de territorio como culturas existen. Llanos-Hernández (2010) complementa esta visión argumentando que el territorio, al ser un concepto multidimensional, debe ser abordado desde una perspectiva interdisciplinaria que vincula tanto el contexto temporal como la dimensión espacial .

En este sentido, la territorialización se convierte en una negociación constante entre diferentes actores quienes buscan apropiarse del espacio, dotarlo de significado y construir un sentido de pertenencia al lugar. Se propone el uso de cartografías sociales como una herramienta para visualizar y comprender las complejidades de este proceso, permitiendo a las comunidades plasmar sus saberes, deseos, ilusiones, planes colectivos y legitimarse a partir de los mapas (Aguirrei et al., 2021). El territorio es una construcción social compleja y multidimensional que se configura a través de las interacciones sociales, las relaciones de poder y la cultura. Territorializar implica la apropiación de este espacio, cargado de significados, valores y emociones, un proceso que refleja la complejidad de las relaciones

4. Gamificación Territorializada: Adaptando el Juego a la Educación Digital

La gamificación consiste en la aplicación de elementos, mecánicas y dinámicas propias de los juegos —como puntos, recompensas, niveles, desafíos o narrativas— en contextos que no son juegos, con el propósito de aumentar la motivación y el compromiso. Es fundamental distinguir la gamificación del diseño de juegos (game design), ya que este último implica la creación y desarrollo de juegos completos y funcionales, mientras que la gamificación utiliza únicamente componentes de los juegos para enriquecer procesos educativos u otras actividades, sin necesidad de emplear juegos completos.

Para que las estrategias de gamificación sean efectivas, deben integrarse de manera significativa al contexto local, considerando la cultura, intereses y recursos de los estudiantes. Karl M. Kapp (2012) define la gamificación como la "utilización de mecanismos, la estética y el uso del pensamiento para atraer a las personas, incitar a la acción, promover el aprendizaje y resolver problemas". Gabe Zichermann y Christopher Cunningham (2011) destacan la importancia de utilizar elementos lúdicos como insignias, puntos o avatares para fomentar la participación y el progreso. Contreras Espinosa (2016) también resalta el potencial de la gamificación para generar experiencias educativas motivadoras y significativas.

La territorialización de la gamificación implica adaptar estos elementos lúdicos al contexto sociocultural y económico específico de cada comunidad, a través de procesos participativos de co-creación y diseño autónomo (Escobar, 2017). Esto garantiza que las experiencias de aprendizaje sean relevantes, contextualizadas y significativas para los estudiantes, sin necesidad de desarrollar juegos completos. Así, la gamificación territorializada aprovecha la lógica del juego para motivar y estructurar el aprendizaje, respetando y dialogando con las realidades locales y los recursos disponibles.

5. Diseño Autónomo y Co-creación: Claves para una Gamificación Territorializada

El diseño autónomo y la co-creación son elementos esenciales para lograr una gamificación territorializada efectiva. Según Escobar (2015), el diseño autónomo permite que las comunidades locales definan y diseñen soluciones educativas ajustadas a sus necesidades y realidades específicas. La co-creación implica la colaboración activa de diversos actores —la comunidad, educadores y diseñadores de juegos o facilitadores de gamificación— para construir de manera conjunta experiencias de aprendizaje contextualizadas y relevantes.

Andrea Botero (2013) resalta la importancia de establecer un "espacio de diseño", tanto físico como virtual, donde se facilite el diálogo, la interacción y la participación colectiva. En este espacio, se pueden desarrollar experiencias gamificadas que no necesariamente impliquen la creación de juegos completos, sino la integración estratégica de elementos y dinámicas lúdicas que respondan a los contextos locales.

17

De esta manera, la gamificación territorializada se convierte en una herramienta pedagógica poderosa para conectar la educación con la cultura y necesidades de cada comunidad, especialmente en la era digital y la economía de la atención.

6. El posible futuro de la educación

La gamificación territorializada implica integrar la lógica del juego con la realidad local, considerando la cultura, las necesidades y los recursos de cada comunidad. No se trata de imponer una estrategia predefinida, sino de co-crear una experiencia de aprendizaje única y relevante para cada contexto. En un análisis del diseño autónomo, destaca el rol protagónico que deben tener las comunidades en la definición de sus propios proyectos de vida. La territorialización de la gamificación, en sintonía con el pensamiento de

Escobar, empodera a las comunidades para que sean protagonistas del proceso educativo, diseñando soluciones que respondan a sus necesidades e intereses. La co-creación, por su parte, fomenta la participación activa de diversos actores, incluyendo la comunidad local, educadores, diseñadores de juegos y otros actores relevantes, en la construcción de una experiencia de gamificación compartida. Se subraya la importancia del "espacio de diseño", un espacio físico y virtual donde la co-creación puede ocurrir, facilitando el diálogo, la interacción y la construcción colectiva de la experiencia de gamificación (Escobar, 2017)

La educación del futuro estará marcada por la integración de la tecnología y la pedagogía, y la gamificación territorializada se perfila como una estrategia clave para este proceso. Al incorporar elementos del juego en el aula, de manera contextualizada y participativa, se puede crear un ambiente de aprendizaje más dinámico, motivador y efectivo. La gamificación territorializada no se limita a un área de conocimiento específica, sino que puede aplicarse en diversas disciplinas, desde las ciencias hasta las humanidades. Lo importante es que el diseño del juego esté en sintonía con los objetivos de aprendizaje y con las necesidades del contexto local.

Es importante destacar que la gamificación no es una panacea para todos los problemas de la educación. Para que sea realmente efectiva, es necesario que se implemente de manera adecuada, considerando los aspectos pedagógicos y la importancia de la evaluación. El camino hacia un futuro educativo gamificado y territorializado implica un cambio de paradigma en la forma de enseñar y aprender. Los educadores deben estar dispuestos a explorar nuevas metodologías, a integrar la tecnología en el aula de manera creativa y a co-crear experiencias de aprendizaje con sus estudiantes y la comunidad. La gamificación, al ser diseñada e implementada de manera territorializada, tiene el potencial de transformar la educación, haciéndola más atractiva, relevante y significativa para los estudiantes. (Díaz-Cruzado, & Troyano-Rodríguez, 2013)

La gamificación territorializada abre un abanico de posibilidades para la educación del futuro. En lugar de centrarse en la creación de juegos completos, estas experiencias integran elementos y mecánicas de juego para motivar y estructurar el aprendizaje, adaptándose al contexto local y promoviendo la participación comunitaria. Así, los estudiantes pueden aprender a resolver problemas reales y a comprender su entorno a través de dinámicas lúdicas que enriquecen el proceso educativo.

Este enfoque permite que las escuelas se conviertan en verdaderos centros de innovación, donde la creatividad, la colaboración y el aprendizaje significativo son los pilares fundamentales, sin confundir la gamificación con el diseño y desarrollo de juegos completos. Es necesario seguir investigando y experimentando con la gamificación territorializada para comprender su impacto real en la educación. Es fundamental evaluar la efectividad de los juegos, analizar las experiencias de los estudiantes y los educadores, y documentar las buenas prácticas. La gamificación territorializada, al ser una estrategia en constante evolución, requiere de un enfoque crítico y reflexivo para asegurar que su implementación sea ética, responsable y beneficiosa para todos los involucrados.

En definitiva, la gamificación territorializada se presenta como una promesa para la educación del futuro, una promesa que combina la lógica del juego con la realidad local para crear experiencias de aprendizaje más atractivas, significativas y relevantes para los estudiantes. Es un camino que vale la pena explorar para construir un futuro educativo más dinámico, creativo y adaptado a los desafíos del siglo XXI. La participación de la comunidad, la creatividad de los educadores y la disposición a innovar son claves para hacer realidad este futuro educativo gamificado y territorializado. El juego, al ser una actividad inherente al ser humano, tiene un potencial enorme para transformar la educación y hacerla más atractiva, relevante y significativa para todos. (Díaz-Cruzado, & Troyano-Rodríguez, 2013)

Consideraciones finales

La sociedad contemporánea se encuentra inmersa en un escenario marcado por la sobrecarga de información y el entretenimiento digital. En este contexto, la educación enfrenta el desafío de atraer y mantener la atención de los estudiantes, quienes, influenciados por la cultura de la inmediatez y la conectividad, tienen una capacidad de concentración limitada. Zygmunt Bauman (2007, 2008) ofrece una visión crítica sobre cómo las características de la modernidad líquida y el capitalismo de ficción han transformado las audiencias, haciéndolas fragmentadas y efímeras. En este contexto, las prácticas educativas deben adaptarse a nuevas formas de consumo mediático, con el objetivo de captar el interés de los estudiantes y evitar la competencia constante del entretenimiento digital. La educación no solo debe ser atractiva, sino también relevante, lo que exige una revisión profunda de los métodos pedagógicos tradicionales.

Una de las claves para que la gamificación sea efectiva radica en la territorialización, es decir, en la adaptación de las estrategias de experiencias gamificadas al contexto local. Esta adaptación implica considerar aspectos culturales, las problemáticas específicas de la comunidad y los recursos disponibles, con el fin de diseñar experiencias de aprendizaje que tengan un impacto real en los estudiantes. Para ello, es esencial un enfoque que promueva la participación activa de los estudiantes y la comunidad, permitiendo la co-creación de contenido educativo que responda a las necesidades de cada territorio.

Arturo Escobar (2015) enfatiza la importancia de la co-creación y el diseño autónomo en la construcción de soluciones contextualizadas. Este enfoque permite que los estudiantes, junto con la comunidad, sean los protagonistas en el proceso educativo, lo que aumenta el sentido de pertenencia y la relevancia de las experiencias de aprendizaje. El diseño autónomo empodera a los individuos para que tomen decisiones sobre su propio proceso educativo, lo que fomenta un aprendizaje más significativo y conectado con su realidad.

La gamificación territorializada, por lo tanto, no debe verse como una mera herramienta de entretenimiento, sino como una estrategia pedagógica que se integra de manera efectiva con las dinámicas sociales, culturales y económicas de cada comunidad. Las experiencias gamificadas diseñadas en este contexto no solo deben ser motivadoras, sino también educativas, abordando problemas locales y promoviendo el desarrollo de habilidades críticas para el siglo XXI, como la colaboración, la resolución de problemas y el pensamiento crítico. (Díaz-Cruzado, & Troyano-Rodríguez, 2013)

La integración de la gamificación en el aula, con un enfoque territorializado, ofrece una oportunidad para transformar la educación en un proceso más dinámico y participativo. La conexión entre el contenido educativo y las experiencias cotidianas de los estudiantes, mediada por las experiencias gamificadas, permite que el aprendizaje sea más cercano, comprensible y aplicable. Además, al involucrar a la comunidad en el diseño de estas experiencias, se fomenta un sentido de responsabilidad y sostenibilidad en las soluciones educativas. El desafío de territorializar la gamificación también implica la necesidad de integrar la tecnología de manera crítica y reflexiva. Si bien los avances tecnológicos ofrecen un amplio abanico de posibilidades, es fundamental que su implementación no se limite a la mera incorporación de herramientas digitales, sino que responda a las necesidades específicas de los estudiantes y las comunidades. Esto implica que los educadores y facilitadores de gamificación trabajen en colaboración con los actores locales para garantizar que las experiencias de aprendizaje sean culturalmente pertinentes y socialmente responsables. Aunque la gamificación no es una solución mágica para todos los problemas educativos, su integración cuidadosa y reflexiva puede contribuir a construir un futuro educativo más dinámico, inclusivo y conectado con las realidades sociales y culturales de cada comunidad.

Referencias bibliografía:

- Álvarez García, R. D, y Rendón Acevedo, J. A. (2010). *El territorio como factor del desarrollo*. Semestre Económico, 13(27), 39–62.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Bauman, Z. (2008). *Tiempos líquidos: vivir en una época de incertidumbre*. México: CONACULTA / TUSQUETS.
- Bustos Velazco, E. H.; Molina Andrade, A. (2012) *El concepto de territorio: Una totalidad o una idea a partir de lo multicultural* [en línea]. XI INTI International Conference La Plata, 17 al 20 de octubre de 2012, La Plata, Argentina.
- Castaño-Aguirrei, Carlos Alberto; Baracaldo-Silva, Pilar; Bravo-Arcos, Angela Milena; Arbeláez-Caro, Joan-Sebastián; Ocampo-Fernández, Juliana; Pineda-López, Olga-Liliana. (2021). *Territorio y territorialización: una mirada al vínculo emocional con el lugar habitado a través de las cartografías sociales*. Revista Guillermo de Ockham
- Contreras-Espinosa, R. S. (2016) *Juegos digitales y gamificación aplicados en el ámbito de la educación*. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia
- Díaz-Cruzado, J, y Troyano-Rodríguez, Y. (2013) *El potencial de la gamificación*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Escobar, A. (2017). *Autonomía y diseño: la realización de lo comunal*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.
- Martínez López, J. S. (2011). *Sociedad del entretenimiento*. Grupo de Investigación en Comunicación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellin, Colombia. Año III, Número 6, ISSN 2017-1557.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Tarullo, R. (2015) *Los públicos en las redes sociales*. Buenos Aires: Universidad Nacional del Noroeste.

Recibido: 28 /01/2025

Aceptado:28/05/2025

Cómo citar este artículo

Ovidio Romero, E.,y Klein, C.A. (2025). Gamificación Territorializada: Transformando la Educación en el contexto de la Sociedad del Entretenimiento y la Economía de la Atención. RevID, Revista de Investigación y Disciplinas, Número 12, San Luis, p.8-23