

08 --

José C. Paz, 21 DIC 2018

VISTO:

El Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ aprobado por Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA aprobado por Acta N° 2 del citado Consejo de fecha 26 de marzo de 2018, el Expediente Nro. 470/2018, del Registro de esta UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que por el Expediente del VISTO tramitan las propuestas de programas de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos, correspondientes a las siguientes asignaturas: Introducción a los medios de comunicación (2102) y Diseño Lúdico I (2114).

Que es competencia de este CONSEJO DEPARTAMENTAL aprobar y supervisar los programas curriculares de las carreras a su cargo, garantizando que aquellos se ajusten a los contenidos mínimos definidos en los correspondientes Planes de Estudios.

Que habiendo sido puestos a consideración del CONSEJO DEPARTAMENTAL en la Sesión N° 3, registrada en el Acta N° 3 del 30 de mayo de 2018, este Cuerpo Colegiado compartió los términos y contenidos de los referidos

UNPAZ




instrumentos, por lo que resulta necesario aprobar los respectivos programas de las asignaturas detalladas.

Que la presente medida se adopta en ejercicio de las atribuciones conferidas por los artículos 77, inciso f), del Estatuto de la UNIVERSIDAD, y 1º, inciso d) y 7º, inciso c), del Reglamento de Funcionamiento de este Consejo Departamental.

Por ello,

**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

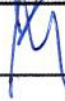
DISPONE:

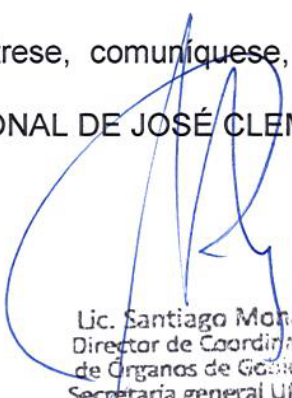
ARTÍCULO 1º.- Apruébanse los programas de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos que se adjuntan como Anexo a la presente, correspondientes a las siguientes asignaturas: Introducción a los medios de comunicación (2102) y Diseño Lúdico I (2114).

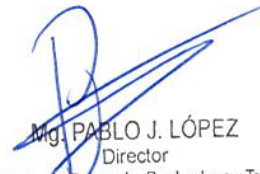
ARTÍCULO 2º.-Establécese que los programas aprobados precedentemente, tendrán DOS (2) años de vigencia, contados a partir del semestre siguiente al de su aprobación.

ARTÍCULO 3º.-Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ y cumplido, archívese.

UNPAZ




Lic. Santiago Monaco
Director de Coordinación
de Organos de Gobierno
Secretaría general UNPAZ


Mg. PABLO J. LÓPEZ
Director
Depto. de Economía, Prod. e Innov. Tec.
Universidad Nacional de José C. Paz

 UNPAZ Universidad Nacional de José C. Paz	Departamento de Economía, Producción e Innovación Tecnológica		
Programa de: Introducción a los medios de comunicación	Cód. de asig.	02	
Carreras: Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos	Cód. de carr:	21 y 24	

Docentes: José Miguel Nicolini (Adjunto); Daniel Raúl Rosso (JTP)

Año presentación: 2017 / **Vigencia:** 2017-2019

Carga Horaria: 4 horas semanales, teórico prácticas / 64 horas semestrales totales

Correlativas precedentes: No posee.

Contenidos mínimos

Problemáticas de la comunicación en la sociedad democrática. La mediación y la mediatización como principio de la sociedad moderna. Medios impresos, sonoros, audiovisuales y digitales. Comunicación e información. Audiencias, públicos y conciencias. Formación de espectadores. Subjetividad y mass media. Arte, cultura y periodismo. Publicidad, estéticas y poéticas. Los nuevos horizontes comunicacionales: las redes sociales. Identidad y derecho a la información. Tecnologías digitales, formas de comunicación y sociedades de control. El rol del periodista en la sociedad de la información. El rol de los sindicatos. La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: distribuir la comunicación. La crisis del audiovisual: ¿cambio de paradigma o vértigo tecnológico? El desafío: explorar nuevos formatos y diseños de sustentabilidad. La hibridación televisiva. Acceso y circulación de bienes audiovisuales.

Fundamentación

Como aspecto constitutivo de las relaciones sociales, la comunicación es cada vez más un componente inescindible de las prácticas culturales; de su producción, distribución y consumo. A medida que el desarrollo económico, social y tecnológico ha puesto en el centro de la escena a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, también las prácticas culturales han quedado atravesadas por nuevos contextos y desafíos.



La materia intentará un abordaje histórico, sistémico y crítico sobre las maneras en que la comunicación y la cultura se han venido articulando, en particular a partir del desarrollo de la comunicación masiva y el surgimiento de las industrias culturales. Se tratará de ofrecer un panorama que permita vincular los escenarios de la comunicación en general, con énfasis en el fuerte despliegue que adquirieron los servicios de comunicación audiovisual hacia fines del Siglo XX, con sus procesos de concentración y fusión, acompañando los procesos de globalización en el campo económico y financiero.

También se abordará el impacto que la digitalización de los procesos productivos del lenguaje y de la transmisión de datos tuvo y tiene en la actualidad, así como sus efectos en el campo de la información y de la comunicación social.

Es propósito de la materia permitir a los alumnos un recorrido por las formas en que la comunicación periodística y la estructura de los medios fue pasando de formatos meramente empresariales a modalidades profesionales hasta el surgimiento de fuertes demandas sociales que colocaron a la comunicación como un derecho humano y reclamaron acciones para democratizar su ejercicio. En particular, el caso de la Coalición por una Comunicación Democrática, su plataforma de derechos y la sanción de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Los nuevos paradigmas sobre la participación en un pie de igualdad de prestadores privados con y sin fines de lucro, así como las responsabilidades y desafíos de la comunicación pública en la formación de agendas locales y la construcción de ciudadanía.

En este sentido se trabajará también la noción de ciudadanía comunicativa y el rol de los diversos actores sociales, económicos y políticos en el proceso comunicacional.

También se abordará el nuevo marco de convivencia entre medios, cultura e información en el mundo de Internet al repasar las formas de transmisión lineal y no lineal de contenidos y los cambios en el consumo de servicios y productos de la información y la cultura. En particular, los desafíos regulatorios, sociales y políticos de las nuevas plataformas y redes digitales por donde circulan la información y la cultura.

Objetivo General

Introducir a los estudiantes a las principales perspectivas de pensamiento que abordaron y conceptualizaron las relaciones entre comunicación, medios y sociedad para que enriquezcan, complejicen y problematicen sus propios preconceptos y preconociones en el momento del ejercicio de la práctica profesional y en el momento de analizar reflexivamente el sistema de medios de comunicación y sus transformaciones.

Introducción a los Medios de Comunicación propone tomar como punto de partida las ideas iniciales y preconceptos de las y los estudiantes acerca de las perspectivas de la comunicación para problematizarlas y enriquecerlas a través del acercamiento a diferentes perspectivas teóricas y de pensamiento que se ocuparon de reflexionar y estudiar los medios masivos de comunicación y sus relaciones con la sociedad durante los siglos XX y XXI. En otras palabras, se trata de introducir a las y los estudiantes a las principales perspectivas que abordaron las relaciones entre comunicación, medios y sociedad.

Por tratarse de una materia de carácter inicial ubicada en el primer año del plan de estudios esperamos dejar presentar un mapa de problemas comunicacionales, perspectivas, conceptos y debates introductorio y diverso. Asimismo, esperamos introducir al estudiantado en una actitud de reflexión sobre los supuestos en los que se sostienen diversas prácticas profesionales, de tal modo de que algunas de estas cuestiones puedan ser actualizadas y profundizadas en las asignaturas subsiguientes.

Objetivos específicos

- Comprender y contextualizar los procesos de la comunicación como fenómeno humano y como práctica social en su desarrollo histórico
- Reflexionar sobre diversos modos de comprender la noción de comunicación y el rol de los medios en la dinámica social y cultural.
- Identificar los procesos sociales, políticos, culturales, económicos y tecnológicos que incidieron en las principales perspectivas de la comunicación masiva durante los siglos XX y XXI.
- Construir a una visión comprensiva de las principales teorías sobre la comunicación y sus principios generales.
- Relacionar las diferentes etapas que caracterizaron su tránsito de lo local a lo global así como su influencia en los cambios productivos y sociales entre fines del Siglo XX y el Siglo XXI.
- Problematicar los conceptos abordados para analizar e interpretar prácticas y producciones comunicacionales específicas.
- Comprender materiales bibliográficos de creciente complejidad.

Contenidos

Unidad I. La historia de los medios de comunicación: de la cultura popular a la cultura de masas.

El fin de la época feudal y el inicio del desarrollo moderno: de la cultura popular a la cultura de masas. Nuevas formas de producir, distribuir y acceder a los bienes culturales. Modernidad, comunicación y Cultura. La comunicación del Estado y el Mercado: el telégrafo óptico y el telégrafo eléctrico. La imprenta. La Prensa y el Folletín. Las artes visuales: la fotografía y el cine. La industria y la cultura. Doble valor de la cultura y la información. Recepción y consumo. Los primeros periódicos argentinos: el periodismo del centenario argentino. El surgimiento de la radio. Estéticas y costumbres. Nacionalismo e imperialismo cultural.

Unidad II. La televisión y los medios como escenarios de disputas sociales, políticas, culturales y económicas: medios, dictadura y resistencias.

El surgimiento de la televisión europea, norteamericana y latinoamericana: contextos, modelos, diferencias y similitudes. Los años '50 y la crisis de Hollywood. El Telefilm. La televisión argentina. La Televisión y los estereotipos culturales. Televisión, mercado y dominación. Cine y Televisión. Avances tecnológicos: videotape y transmisión en vivo. Modernización de estéticas y costumbres. Estado, religión y mercado: control y censura. El cine independiente y las revistas culturales argentinas. Medios y dictaduras. ANCLA. El retorno a la democracia: medios alternativos y populares de comunicación.

Unidad III. Globalización económica y concentración mediática.

Globalización y concentración económica. El informe MacBride: Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMIC). Comunicación, cultura y democracia: principales preocupaciones latinoamericanas. Diversidad cultural vs concentración. Desterritorialización cultural. El neoliberalismo argentino: ley de reforma del estado, privatizaciones y desregulación del mercado. Economía de medios: tipos de concentración. Conformación de los multimedios argentinos. Puja por la liberalización del mercado cultural mundial: librecambistas versus excepcionistas. Doble dimensión de la comunicación y la cultura. ¿Consumidores/as o ciudadanos/as sujetos de derecho?

Unidad IV. La sociedad de la información: ¿democratización de la comunicación o la consolidación de la concentración y convergencia mediática?

La sociedad de la información y el conocimiento. El avance de las tecnologías de la información y la comunicación: nuevas lógicas de producción, circulación y consumo culturales y mediáticos. Internet: ¿democratización o nuevas hegemonías? Concentración y convergencia tecnológica. Los medios de comunicación en la era digital. Concentración vs democratización de la comunicación: la ley argentina de servicios de comunicación audiovisual y la ley argentina digital. La comunicación como derecho humano. Los Pueblos originarios y los medios populares. La Defensoría del Público. Ciudadanía comunicacional. Los derechos TLGBIQ y los medios de comunicación: hacia una práctica comunicacional no sexista. La restauración conservadora: retrocesos en la democratización de la comunicación.

Bibliografía Obligatoria

Unidad I

Berman Marshall: Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la Modernidad. Siglo XXI, BS AS. 1989. Selección: introducción, la modernidad ayer, hoy y mañana.

Williams Raymond: Historia de la comunicación Vol I y II. Ed Bosch, Barcelona, 1992. Selección: La Imprenta / Discursos y sonidos de largo alcance.

Periodismo del Centenario. Informe producido por Diario Sobre Diarios, año 2010.

Varela Mirta: "Los Comienzos de la Televisión Argentina en el Contexto Latinoamericano". Paper para la Reunión de la Asociación Latinoamericana de Estudios. Año 1998.

Unidad II

Sean MacBride. Informe MacBride. Un solo mundo voces múltiples. UNESCO 1980. Primera Parte.

Elíades Analía G.: "Historia Legal de la Radio y la Televisión en Argentina". Derecho de la Comunicación – Cátedra II. Facultad de Periodismo y Comunicación Social- UNLP (Selección)

Gonzalez Leonardo y Aramendi Rodrigo: "Escenario de disputa de nuevos sentidos sociales y culturales". Revista Tramas de la Comunicación y la Cultura. Número 69. Julio 2010.

Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón (Compiladores). Contrainformación. Medios Alternativos para la acción política. 2da. edición electrónica: 2008, www.dariovive.org

ANCLA, Rodolfo Walsh y la Cadena Informativa. Ed. Punto de Encuentro. Año 2015.

Unidad III

Sean MacBride. Informe MacBride. Un solo mundo voces múltiples. UNESCO 1980. Segunda Parte.

García Canclini. La globalización imaginada. Paidós. Año 1999. Cap II. "La globalización: objeto cultural no identificado.

García Canclini Néstor: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ed. Grijalbo, México 1996. (Selección)

Becerra Martín y Mastrini Guillermo: "Concentración de Medios". Documento de Cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación – UBA – FSCO.

Lázzaro Luis. *La Batalla de la Comunicación. De los Tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Primera edición. Buenos Aires. Colihue. 2011. Capítulos 1; 2; 3

Unidad IV

Mattelart, Armand. Historia de la sociedad de la información. Cap. 6 (135) Paidós Comunicación. Bs. As. 2010.

Vaidhyathan Siva. La Googlización de todo. Editorial Océano. Año 2012. Selección de Capítulos.

Assange Julian Cuando Google Descubrió a Wikileaks. Editorial Cúspide. Año 2014. Selección de capítulos.

[Handwritten signature]

Lazzaro Luis. Geopolítica de la palabra. Reflexiones sobre comunicación, identidad y autonomía. Undav Ediciones. Fragmento: "Periodismo a la Carta", página 222 a 226.

Mata Cristina. "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación". Revista Fronteiras – Estudios mediáticos VIII (1:5-15, Río de Janeiro/ Abril 2016) (Fragmentos).

Artículo sobre los Decretos que modificaron la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley de Argentina Digital. Revista La Pulseada. Año 2016.

Coalición por una Comunicación Democrática. Los Nuevos 21 Puntos.

Bibliografía complementaria

Unidad I

Thompson John: *Los media y la modernidad*. Paidós Comunicación, 1998. Selección: Los media y el desarrollo de las sociedades modernas.

Memoria, Espacio y Medios. Mirta Varela. Disponible en: <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/v/varela/Mirta%20Varela%20-%20Memoria,%20Espacio%20y%20Medios.pdf>

Fritzsche, Peter: *La ciudad como espectáculo*. En: *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna* (pp. 135-174). Buenos Aires, Siglo XXI, 2088

Herramientas de la Red de Historia de los Medios, Año1, N° 1, 2011. Prensa y cine en la ciudad moderna. Disponible en: http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/m/margulis/margulis_berlin.php

Freund, Gisèle: *La fotografía como documento social* (pp. 7-98). Barcelona: Gustavo Gili, 1993

Herramientas de la Red de Historia de los Medios, Año1, N° 5, 2011. Los usos sociales de la fotografía durante las primeras décadas de su historia. Disponible en: http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/g/gamarnikc/gamarnikc_usos.php

Gaudreault, André: *Del "cine primitivo" a la "cinematografía-atracción"*. En: *Secuencias. Revista de Historia de cine*, N° 26, 2° semestre 2007, 10-28. 1993. Disponible en: <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/g/gaudreaultandre.php#primitivo>

Orozco Gómez, Guillermo: *Historias de la televisión en América Latina*. Editorial Gedisa. Guadalajara. Capítulo "La Televisión en la Argentina".

Carlos Ulanovsky, Pablo Sirven, Silvia Itkin. *Estamos en el aire*. Ed. Emecé, Buenos Aires, 2006. (Selección).

Barbero Martín Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Ed. G. Gilli, México. 1987. Selección: Segunda Parte "Matrices históricas de la massmediación".

Sanguinetti Luciano. Documento: *Comunicación y Modernidad*. Cátedra Comunicación y Medios de la UNLP. Año 2012.

Ulanovsky, Carlos. *Días de Radio*. Editorial Emenecé.

Unidad III

Elíades Analía G.: *Historia Legal de la Radio y la Televisión en Argentina*. Derecho de la Comunicación – Cátedra II. Facultad de Periodismo y Comunicación Social- UNLP. Selección.

Dorfman Ariel y Armand Mattelart: *Para leer al Pato Donald*. Año 1972.

Unidad IV

Carlos Soria. Más allá del capitalismo informativo. Lección Inaugural del Curso 1987-1988 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

Metodología

Cada clase estará apoyada en material bibliográfico y en materiales de presentación (power point, películas y trabajos prácticos) de la Cátedra destinados a facilitar el acceso a los contenidos y servir de instrumento motivacional. Se realizarán 4 trabajos de integración de carácter domiciliario durante el cuatrimestre, correspondiendo cada uno de ellos a dos (2) unidades temáticas, con el objetivo de establecer una relación de producción-aprendizaje mediante la defensa en clase y la evaluación en conjunta de los trabajos. Asimismo, se registrará el proceso de participación individual de cada alumno durante los procesos de evaluación de resultados.

Evaluación

Para estar en condiciones de promocionar la materia, se debe tener una asistencia mínima al 80% de las clases y obtener un promedio mínimo de 7 (siete) puntos en los dos trabajos prácticos que se soliciten bajo cualquier modalidad. En caso de obtener un promedio de entre 4 (cuatro) y 7 (siete) puntos, se debe rendir un final oral en el que se evaluarán todos los contenidos de la materia.

Las y los estudiantes que rindan examen libre de la materia, deberán presentar un Trabajo Práctico Integrador y rendir examen oral y escrito de acuerdo al programa vigente al momento de la inscripción.

La evaluación de los aprendizajes de las y los estudiantes comprenderá:

Un (1) Trabajo de Integración domiciliario cada dos (2) unidades temáticas. El mismo constará de diez (10) ítems que combinarán criterios de chequeo de comprensión de las clases, lectura de material bibliográfico y preguntas de carácter conceptual. Cada trabajo abordará dos (2) unidades conceptuales.

Cada trabajo mensual requerirá de una defensa en clase, individual en primera instancia, pero colectiva después para observar los niveles de compromiso y participación.

La evaluación final dependerá de una ponderación de las variables alcanzadas mediante las notas en los trabajos de integración, la participación en clase y los niveles de comprensión conceptual de contenidos que muestren los alumnos.

Cronograma de actividades

El Cronograma está construido a partir de las 4 unidades de contenidos divididas por fecha de acuerdo al Calendario Académico. A su vez, se establecieron las fechas tanto de la entrega de las consignas para los trabajos prácticos parciales como la fecha de la defensa.

Unidad I. La historia de los medios de comunicación: de la cultura popular a la cultura de masas.

Clases teóricas y prácticas. Fechas: 07 – 14 – 28 de agosto / 04 de septiembre.

Unidad II. La televisión y los medios como escenarios de disputas sociales, políticas, culturales y económicas: medios, dictadura y resistencias.

Fechas de las Clases teóricas y prácticas: 11 – 18 – 25 de Septiembre / 02 de octubre.

Trabajo Práctico Parcial Integrador Unidad 2 y 3.

18/09: Entrega de Consignas del Primer Trabajo Práctico Parcial Integrador de las Unidades 1 y 2.

02/10: Entrega y defensa del TP Parcial Integrador.

Unidad III. Globalización económica y concentración mediática.

Fechas de las Clases teóricas y prácticas: 02/10 – 09/10 - 16/10 – 23/10

Unidad IV. La sociedad de la información: ¿democratización de la comunicación o la consolidación de la concentración y convergencia mediática?

Fechas de las Clases teóricas y prácticas: 23/10 - 30/10 – 6/11 – 13/11

Trabajo Práctico Parcial Integrador Unidad 3 y 4.

30/10: Entrega de Consignas del Primer Trabajo Práctico Parcial Integrador de las Unidades 3 y 4.

13/11: Entrega y defensa del TP Parcial Integrador

 UNPAZ Universidad Nacional de José C. Paz	Departamento de Economía, Producción e Innovación Tecnológica		
Programa de: Diseño Lúdico I	Cod. de asig.	14	
Carrera: Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos	Cód. de carr:	21	

Docente: Bernardo Mallaina (JTP)

Año presentación: 2017 / **Vigencia:** 2017-2018

Carga horaria: 4 horas semanales, teórico-prácticas, bajo la modalidad de taller / 64 horas semestrales totales

Correlativas precedentes: Cultura Lúdica (Código 09)

Contenidos mínimos

Sistemas de diseño lúdicos. Sistema de análisis de juegos. MDA (Mecánicas, Dinámicas y Estética). Definiciones conceptuales. Concepto de motivación. Concepto de recompensa. Concepto de objetivos. Objetivos del juego. Tipos de objetivos. Grandes objetivos, objetivos parciales e incentivos. Motivadores. Tipos de recompensa. Concepto de rol del jugador. Motivaciones, recompensas y objetivos en los juegos no digitales y digitales. Análisis comparativo de motivaciones, recompensas y objetivos en juegos no digitales. Concepto de sistemas. Sistema de Puntajes por cuadro de doble entrada. Sistemas de puntajes combinados. Sistema de puntajes ponderados. Definiciones y conceptos de documentación. Documentación de carácter interno. Documentación de carácter externo. Documentación para la organización. Documentación para la gestión. Documentación para la comunicación.

Fundamentación

La creciente complejidad que los productos de la industria de los videojuegos tomó a medida que, entre otras cosas, su apartado técnico fue desarrollándose comenzó a darle cada vez más valor a un rol específico, el de *game designer*.



Comprender y aplicar esta disciplina es de vital importancia no solo para quienes busquen ejercer este rol, sino también para aquellos que busquen tener una visión más integral y controlada de todo el proceso de desarrollo de videojuegos, ya se trate de un numeroso equipo de trabajo o un proyecto personal.

Objetivos generales

El objetivo general de la cursada es introducir a los alumnos a la disciplina de diseño de juegos orientado a videojuegos. Conocer la evolución e importancia del rol de *game designer* dentro de un equipo de desarrollo y realizar prácticas que les permitan obtener y afianzar sus herramientas.

Objetivos específicos

Introducir al alumnado a material bibliográfico sobre *game designer* y acompañarlos con su implementación en la actividad de diseñar videojuegos, con la intención específica de hacerlos descubrir cómo dirigir con certeza y fundamentos las diferentes decisiones que deberán tomar en el proceso de desarrollar un videojuego. En el proceso, los alumnos también podrán afianzar conocimiento del cual ya disponen pero no formalizaron (por sobre todo gracias a la práctica con videojuegos), permitiéndoles aclarar y ordenar varios conceptos en pos de poder pensarlos en lugar de aplicarlos de forma natural o automática.

Contenidos

UNIDAD 1: Introducción diseño de juegos

- ¿Qué es el *game designer* y qué supone el rol? ¿Por qué es importante y cada vez en mayor medida? Los diferentes acercamientos al *game designer*.
- Introducción/repaso de varios conceptos afines (mecánica, dinámica, géneros, etc). Presentación y primeros pasos en "The Art of Game Design: A Book of Lenses" de Jesse Schell.
- Área práctica: análisis de diferentes juegos comerciales e independientes desde un enfoque de diseño ¿qué experiencias buscan generar? ¿Lo logran? ¿Mediante qué elemento/s en particular?. Instancia de exposición de las conclusiones de cada grupo y debate.

UNIDAD 2: La experiencia de juego y práctica de desarrollo condicionado

- La experiencia que ofrece el juego al usuario/jugador como objetivo principal. Los riesgos y, a la vez, importancia de la introspección
- Concepto de "lentes" como herramienta frente a la ardua tarea de analizar la dirección de un proyecto.
- Área práctica: Diseño de uno o más proyecto/s de videojuego con la dificultad agregada de ciertas condiciones específicas a las cuales el diseño de juego debe adaptarse (grupo etario al que está dirigido, mercado cultural en el que será distribuido, plataforma, etc). Posterior análisis de las decisiones tomadas por cada equipo y las razones detalladas detrás de estas. Debate.

UNIDAD 3: Otros autores, diseño nacional y trabajo final

- Perspectivas, estrategias y posición de otros autores (Erik Zimmerman). Otras áreas de investigación humana y su valor e importancia para el diseño de juegos (antropología, psicología, etc).
- Análisis de juegos Argentinos, sus elementos particulares, su lugar frente a la cultura local. Posibilidad de traer a algún game designer argentino.
- Área práctica: Realización integral de un videojuego simple, donde el énfasis para evaluar no estará puesto tanto en el apartado técnico sino, más bien, en el razonamiento detrás de cada decisión. La entrega consiste en el programa del juego (en, por lo menos, una instancia jugable) y un trabajo escrito donde se explica el proceso de desarrollo y se justifican las decisiones tomadas.

Bibliografía:

- Schell, Jesse. (2008) The Art of Game Design: A Book of Lenses, Morgan Kaufmann Publishers, California, EUA.
- Zimmerman, Eric; Salen, Katie. (2003) Rules of Play, MIT Press, Cambridge, EUA.
- Nallar, Durgan A. (2015) Diseño de juegos en América Latina. Estructura lúdica, edición de autor, CABA, Argentina.

Metodología

Las clases estarán divididas en dos espacios centrales:

Por un lado clases expositivas y explicativas con una constante búsqueda de participación por parte del alumnado. Apertura de espacios de debate. Ejercicios varios (orales y escritos) a modo de repaso y/o práctica. Investigación y búsqueda de información en relación a varios tópicos.

Por otra parte un espacio práctico donde clase a clase se realizarán trabajos grupales en los que, además de la entrega, se busca desarrollar la versatilidad y capacidad de adaptación de los participantes (rotando los miembros e incitando a la co-creación por sobre la individualidad). Ejercicios de relación de los temas entre unidades.

Evaluación y acreditación de la asignatura

Para estar en condiciones de promocionar la materia, se debe tener una asistencia mínima al 80% de las clases y obtener un promedio mínimo de 7 (siete) puntos en los trabajos prácticos y/o parciales, individuales o grupales que se soliciten.

En caso de obtener un promedio de entre 4 (cuatro) y 7 (siete) puntos, se debe rendir un final oral en el que se evaluarán todos los contenidos de la materia.

Por su carácter de materia-taller, Diseño Lúdico I no admite examen libre.

Evaluación constante clase a clase a través de la participación y realización de trabajos prácticos. Generación esporádica de espacios propicios para que los alumnos puedan compartir ideas y opiniones sobre los conocimientos adquiridos. Al final de cada unidad se dará lugar a un espacio de evaluación oral (individual y/o grupal) para precisar con mayor detalle el nivel de apropiación de los contenidos alcanzado por los alumnos, así como también el desempeño individual y grupal en lo práctico.

