

- 0111 -

José C. Paz, 29 NOV 2019

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. 802/2018, 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: Industria de los Videojuegos (cod. 2110) y Salud, Publicidad y Videojuegos (cod. 2123).

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° 15, de carácter ordinaria, registrada en el Acta N° 15 del 6 de noviembre de 2019, este Cuerpo Colegiado compartió los términos y



contenidos de los referidos 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,

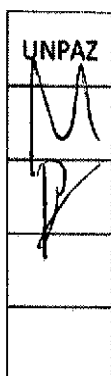
**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

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: Industria de los Videojuegos (cod. 2110) y Salud, Publicidad y Videojuegos (cod. 2123).

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.



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

Lic. Santiago Monaco
Director
de Órganos de Gobierno
Secretaría General UNPAZ



PROGRAMA UNIDAD CURRICULAR			
Departamento	ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA		
Carrera/s	Tecnatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos		
Nombre de la unidad curricular	Industria de los Videojuegos	Código	10
Docente responsable	María Beatriz de Ansó		
Año de presentación del programa	2018		
1. Carga horaria			
Horas de clase semanales	4		
Horas de clase totales	64	Horas totales clases teóricas	28
		Horas totales clases prácticas	28
		Otras horas totales (laboratorio, trabajo de campo, etc.)	8
2. Unidades correlativas precedentes en el Plan de Estudios			
Denominación		Código	
Seminario de Orientación		00	
3. Contenidos mínimos según Plan de Estudios			
Historia y evolución de la industria de los videojuegos. Definición de actores de la industria de videojuegos. Actualidad y videojuegos. Rol del estado la educación y las asociaciones. Definiciones de mercado. Categorización de mercados. Definiciones e identificación de comunidades de jugadores y desarrolladores. El rol de las comunidades para el crecimiento social y productivo de la industria. Eventos internacionales, regionales y nacionales significativos de la industria. Concepto de sinergia en la industria del desarrollo de videojuegos. Investigación y desarrollo. Datos y estadísticas. Informes de publicación oficial.			
4. Fundamentación			
Los videojuegos han pasado de ser solo un elemento de entretenimiento a convertirse en una de las			

[Handwritten signature]



industrias más prolíficas de los últimos años.

El juego antecede a la cultura, colabora en su construcción, puede ser vehículo de transmisión y expresión de saberes y significados, y también un factor de reflexión crítica para la reconstrucción cultural. El sujeto aprehende la situación que se configura en el contexto lúdico y elabora respuestas adaptadas al nivel de complejidad propuesto en el juego. La capacidad de responder a situaciones dadas implica percepción, comprensión, toma de decisiones y ejecución de acciones adecuadas al objetivo que se pretende lograr. Estas funciones cognitivas y emocionales acompañan a las conductas adaptativas con niveles crecientes de acomodación y se establecen como un cúmulo de aprendizajes que podrán replicarse en situaciones similares futuras.

Los juegos son expresiones de un contexto temporo-espacial que le otorga significatividad cultural. Adquieren así características muy diversas que permiten clasificarlos según múltiples criterios.

Juego es un vocablo polisémico. La primera de las múltiples acepciones que presenta el Diccionario de la lengua española (RAE, 2017), afirma que es la "Acción y efecto de jugar por entretenimiento" y en otra acepción también señala que es un "Programa informático que sirve para jugar en un dispositivo electrónico adecuado".

"Por juegos digitales se entienden juegos on line, de ordenador, con videoconsolas, sobre teléfonos móviles y, en general, cualquier juego facilitado por las TIC" (Blat, Arcos, & Sayago, 2012 p. 17).

La RAE (2017) define videojuego en las siguientes afirmaciones: "Juego electrónico que se visualiza en una pantalla". Y "Dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor o de una computadora". En principio esta caracterización es limitada ya que no abarca otros dispositivos tecnológicos tales como consolas, tablets, celulares, juegos on line, máquinas de salón o arcades.

Sanchez I Peris (2013) describe a los videojuegos en términos de:

[...] formato tecnológico que socializa a nuestros niños en la cultura lúdica ocupando el lugar que los juguetes tradicionales tenían en las generaciones anteriores. [...] en tanto objetos culturales, conllevan una narrativa lúdica particular que remite a las características propias del contexto social. (p. 15)

Los videojuegos son un "hipergénero artístico emergente" de la cultura contemporánea "[...] definición que señala a la convergencia de géneros y estilos en un producto novedoso por lo particular de su estructura" (Esnaola, 2009, p. 9).

Los juegos digitales y los videojuegos en tanto objetos culturales socializan a las nuevas generaciones en la cultura digital contemporánea y son vehículos de saberes y experiencias sociales y tecnológicas. Por ello pueden ser seleccionados como recursos didácticos, y ser utilizados para apoyar la enseñanza, con diferentes funciones y en distintos momentos del proceso tales como la motivación, la búsqueda

[Handwritten signature]



de información, la aplicación, la revisión o la evaluación.

El juego es un espacio educativo, capaz de generar aprendizajes y como tal, a lo largo del tiempo, se ha asociado a procesos de enseñanza.

Los videojuegos son básicamente programas informáticos basados en el juego y el entretenimiento, que pueden ser jugados por una o más personas que interactúan con máquinas que soportan y ejecutan el software del videojuego. "Los videojuegos en la era digital están cambiando la manera en que los niños, adolescentes y jóvenes perciben la realidad e interactúan con ella (McGonigal, 2010)" (En García Aretio, 2016, p. 19).

El entretenimiento es uno de los pilares de la cultura contemporánea. Y los videojuegos son los objetos paradigmáticos que monopolizan gran parte del tiempo libre, en todos los grupos etarios.

Según una rápida recopilación de información, los medios periodísticos y la opinión pública han construido durante mucho tiempo un discurso negativo acerca del impacto de los videojuegos en la conducta de niños y adolescentes. Actitudes adictivas, delictivas o suicidas se asociaban, en el discurso mediático, al uso de videojuegos violentos (Salvador, 2015).

A la vez diferentes estudios describen efectos positivos y beneficios de los videojuegos sobre la conducta y el aprendizaje.

Todo objeto material o simbólico construido por el hombre, al cual se le otorga utilidad o sentido y que puede encuadrarse en las categorías de la lengua o el arte, la religión o la historia, la ciencia o la filosofía, es esencialmente un objeto cultural.

Como tal, un objeto cultural está condicionado por los conocimientos relativos al lugar y al tiempo de invención, ya sea en el plano de los materiales utilizados, de los usos y costumbres socialmente aceptados, de las necesidades y expectativas generadas. Los objetos culturales son productos de una época y constituyen una representación de las ideas, los sentimientos y las actitudes de una comunidad en un momento histórico determinado.

Los juegos en general y los videojuegos en particular son objetos culturales porque comparten estas características que permiten interpretar a través de su estructura tecnológica, sus relatos y sus desafíos los aspectos relevantes de la cultura en la cual están inmersos.

La actividad de jugar se despliega en un espacio imaginario en el cual se incentiva la capacidad de establecer interacciones con sujetos y objetos en libertad creadora. Es una simulación de situaciones que pueden emular a la vida real y conforman vivencias capaces de modelar matrices emocionales y conductuales y de estructurar patrones de comportamiento futuro.

Escribano (2014) apela a una afirmación de Huizinga para ejemplificar esta idea:

El juego cobra inmediatamente sólida estructura como forma cultural. Una vez que se ha jugado

permanece en el recuerdo como creación o como tesoro espiritual. [...] Esta posibilidad de repetición del juego constituye una de sus propiedades esenciales (Huizinga, 1938, p. 16) (Escribano, 2014, p. 118)

La asignatura Industria de los Videojuegos se cursa en el 3er Cuatrimestre correspondiente al 2do Año del Plan de estudios de la Tecnicatura, y se enmarca en el área de Contenidos. La materia abarca los conceptos que conforman la construcción del objeto videolúdico desde sus orígenes y su evolución técnico-cultural hasta su reconocimiento como juguete paradigmático de la cultura contemporánea y potente objeto artístico, de aplicación terapéutica y de aprendizaje complejos.

5. Objetivos

Objetivos generales

- * Conocer las características que diferencian las distintas etapas o generaciones que delimitan la historia de los videojuegos y el surgimiento de la industria videolúdica.
- * Comprender el origen y la evolución de los juegos digitales como construcción contextualizada en un tiempo histórico.
- * Investigar los elementos que permiten secuenciar la historia y la actualidad de los videojuegos en Argentina.

Objetivos específicos

- * Conocer los componentes que describen a los videojuegos como objetos de cultura.
- * Adquirir herramientas conceptuales para analizar el impacto de los videojuegos en el arte, la educación, el entretenimiento, la salud y las formas de vida contemporánea.
- * Conocer las particularidades e importancia técnica y socio-cultural de la Industria Local y su relación con la industria Internacional.
- * Utilizar el lenguaje técnico apropiado.
- * Desarrollar el trabajo creativo y colaborativo, el pensamiento reflexivo y la capacidad de análisis crítico.

6. Contenidos (organizados por unidades)

UNIDAD 1 –LOS VIDEOJUEGOS: OBJETOS CULTURALES

Los juguetes paradigmáticos de la cultura contemporánea. Espacio y tiempo, ejes de construcción histórica. Las nuevas tecnologías y el origen de los videojuegos. Los videojuegos como objetos culturales. Componentes de los videojuegos.





UNIDAD 2 –ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS

Las etapas de desarrollo de los videojuegos: las ocho generaciones históricas. Play the game: 40 años de videojuegos. Empresas Pioneras. Las claves del desarrollo en España. La identidad latinoamericana de videojuegos. La historia de las videoconsolas. Definición de actores de la industria de videojuegos. Industrias culturales: el mercado de los videojuegos.

UNIDAD 3 – LA INDUSTRIA VIDEOLÚDICA EN ARGENTINA

La historia de los videojuegos en Argentina. El Videojuego como Industria Cultural en Argentina. Rol del estado, la educación y las asociaciones. Empresas de Desarrollo en Argentina. Comunidades de Desarrollo en Argentina Desarrolladores y consumidores. Publishers. Proyectos Renombrados Publicados. Eventos Especiales. Indie Games en Argentina. Asociaciones y Fundaciones de Videojuegos. Investigación y desarrollo. Datos y estadísticas. Informes de publicación oficial.

UNIDAD 4: LA CULTURA CONTEMPORÁNEA EN EL RELATO VIDEOLÚDICO

Narrativas hipermediales y relato pedagógico. Videojuegos y Salud. Arte y videojuegos. Ética y videojuegos. Videojuegos y entretenimiento. Tecnoadicciones. Videojuegos y perspectivas de género. Videojuegos y capacitación profesional. Videojuegos y construcción subjetiva.

7. Bibliografía obligatoria y complementaria (organizada por unidades)

UNIDAD 1 –LOS VIDEOJUEGOS: OBJETOS CULTURALES

- ☐ Caillouis, R. (1986) Los juegos y los hombres Fondo de Cultura Económica. México.
- ☐ Etxeberria, F. (2009). Videojuegos y educación. Revista Electrónica: Teoría de la Educación. Educación y cultura en la sociedad de la información. Universidad de Salamanca.
- ☐ Scolari, C. (2013) Homo Videoludens 2.0: de Pacman a la gamification.

UNIDAD 2 –ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS

- ☐ Belli, S.; López Raventós, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, otoño-Sin mes, 159-179.
- ☐ Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (2013) Libro blanco del desarrollo español de los videojuegos. Resumen ejecutivo
- ☐ Cáceres, A. (2017). Las claves del desarrollo indie en España. Presura Revista Digital. <http://www.presura.es/revistas/>
- ☐ Huizinga Homo ludens
- ☐ Iparraguirre, A (2014) Identidad latinoamericana de videojuegos
- ☐ La edad del Pixel
- ☐ López Redondo, I.(2014) ¿Qué es un videojuego? Claves para entender el mayor fenómeno cultural del siglo XXI. Sevilla. Ediciones Arcade. ISBN 978 84-94-2881-0-4 Cap. 5 Historia del videojuego (hay copia en fotocopidora pero no lo tengo digitalizado)
- ☐ Riaño, J. (Responsable) (2013) Estado del arte de los Serious Games . Bizkai Lab Equipo /

28



Universidad de Deusto. Recuperado de: https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2013/05/estado_arte_SG4E.pdf

Wikipedia Historia de las videoconsolas. <http://es.wikipedia.org/wiki/Videoconsola>

UNIDAD 3 – LA INDUSTRIA VIDEOLÚDICA EN ARGENTINA

Esnaola, G.; Iparraguirre, A; Averbuj, G; Oulton, M. (2015) Capítulo: Argentina. En Wolf, M. (Editor) (2015) Videogames Around the World. Massachusetts Institute of Technology. ISBN 978-0-262-52716-3

UNIDAD 4: LA CULTURA CONTEMPORÁNEA EN EL RELATO VIDEOLÚDICO

Cabra Ayala, N. (2010) Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad. Signo y pensamiento 57-Eje Temático, volumen XXX, págs. 162-177

Diez Gutiérrez, E; Fontal Merillas, O; Blanco Jorin, D. Los videojuegos desde la perspectiva de género: roles y estereotipos. Universidad de León.

Esnaola, G. Videojuegos y educación.

Omnium Games. The game journal. (2015). Revista online especializada en videojuegos, Serious Games y Gamificación. Videojuego que mejora los problemas de visión.

<http://omniumgames.com/eyelander-el-videojuego-que-mejora-los-problemas-de-vision/>

Scolari, C. (2013) Homo Videoludens 2.0: de Pacman a la gamification.

Actas de los Congresos Internacionales de Videojuegos y Educación:

* CIVE I 2012

<https://www.uv.es/ordvited/>

* CIVE II 2013

<http://www.bubok.es/libros/231265/ACTAS-DEL-II-CONGRESO-INTERNACIONAL-DE-VIDEOJUEGOS-Y-EDUCACION>

* CIVE III 2015

https://www.academia.edu/29012694/ACTAS_III_CONGRESO_INTERNACIONAL_DE_VIDEOJUEGOS_Y_EDUCACION_CIVE15.pdf

* CIVE IV 2016

https://cive2016creas2i.files.wordpress.com/2018/04/isbn-978-84-617-5940-8-delaideaalapantalla_180403.pdf

* CIVE V 2017

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6765/CIVE17_paper_58.pdf?sequence=1&isAllowed=y

8. Metodología de trabajo

Los contenidos se desarrollarán en clases teóricas y prácticas. Se utilizará material audiovisual e hipermedial. Se fomentará el trabajo colaborativo y la investigación en territorio. Los resultados de las búsquedas serán analizados críticamente y evaluados en formatos digitales e impresos y se compartirán en plataformas virtuales.

La metodología propuesta será la de Taller. Se generarán las condiciones para que los estudiantes puedan aprender haciendo, fomentando propuestas participativas y colaborativas. En clases teóricas se abordarán contenidos y lineamientos actuales, se fomentará el trabajo en grupo, la lectura crítica de textos, la realización de entrevistas presenciales y en videoconferencia, la elaboración de informes

8



y el análisis de datos. Se estimulará la organización y presentación de producciones grupales orales. Se fomentará la crítica respetuosa. Se organizarán visitas a estudios de desarrollo de videojuegos y a variados eventos que se centran en actividades videolúdicas. Las entrevistas serán desgrabadas para generar materiales bibliográficos del área, que brinden aportes de conocimiento validado y experiencias en el campo del saber que nos ocupa.

9. Evaluación (Requisitos de aprobación y criterios de evaluación)

La evaluación será procesual y permanente, por medio de Trabajos Prácticos, actividades y participación en el aula, y dos Parciales Escritos con posibilidad de Recuperatorio durante la cursada de la Materia.

Requisitos de evaluación:

De acuerdo con el Régimen General de Estudios, las unidades curriculares se aprueban mediante:

- a) Promoción,
- b) Examen integrador, o bien
- c) Examen Final

En cualquiera de los casos se requiere el 75% de asistencia a clase.

Para aprobar la asignatura por promoción se requiere obtener calificaciones no inferiores a 6 (seis) en las dos evaluaciones parciales o sus respectivos recuperatorios, y un promedio de 7 (siete) puntos o más.

Para aprobar a través de examen integrador se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) en las dos evaluaciones parciales. Esta instancia se desarrolla luego de finalizada la cursada, no requiere inscripción previa y es llevada adelante por el profesor de la comisión, quien indica a cada estudiante los contenidos a evaluar y su modalidad (escrito, oral, trabajo, etc). El examen integrador se aprueba con 4 (cuatro) puntos.

Los estudiantes que no aprueben por promoción o por examen integrador tendrán la posibilidad de aprobar la asignatura mediante examen final. Para acceder a esta instancia se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) puntos en las dos instancias parciales o sus respectivos recuperatorios.

Para más información se sugiere leer detenidamente los artículos 31 a 39 del Régimen General de Estudios de UNPAZ.

Criterios de evaluación:

[Handwritten signature]



Se realizan propuestas integradoras en cada módulo que demandarán la lectura y elaboración de los textos propuestos. La evaluación será continua, considerando las siguientes instancias: grilla de observación, Trabajos Prácticos, exposición de marcos teóricos, elaboración de informes.

Dimensiones de evaluación:

- Asistencia: La propuesta requiere de un régimen de asistencia del 75% que permite el seguimiento activo. En particular el cursante deberá tener una participación efectiva, de frecuencia semanal presencial y virtual.
- Cuantitativo: A través de las diferentes producciones propuestas por los docentes, el estudiante obtendrá unas calificaciones por módulo siendo necesario aprobar cada módulo para obtener la regularidad del curso.
- Cualitativo: El docente realiza el seguimiento continuo de los aprendizajes de los alumnos atendiendo a los mínimos propuestos y a las producciones y actividades realizadas, según el nivel de aprendizajes previos.
- Trabajo Final Integrador

Se requerirá que los cursantes integren los datos obtenidos en la investigación teórico-práctica en un producto hipermedial que refleje las características históricas (tecnológicas y contextuales) de una etapa de evolución de los videojuegos.

10. Instancias de práctica (opcional)

Visitas a estudios de desarrollo de videojuegos.

Entrevistas a desarrolladores de la industria local e internacional.

Trabajos prácticos de recomposición de datos históricos y análisis críticos de distintos momentos de desarrollo tecnológico y cultural de videojuegos.

Muestras de videojuegos, dispositivos y elementos representativos de las distintas generaciones que conforman la historia de los videojuegos.

11. Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1

Presentación de la materia.

UNIDAD 1 –LOS VIDEOJUEGOS: OBJETOS CULTURALES

Los juguetes paradigmáticos de la cultura contemporánea.



Semana 2	Espacio y tiempo, ejes de construcción histórica. Las nuevas tecnologías y el origen de los videojuegos.
Semana 3	Los videojuegos como objetos culturales. Componentes de los videojuegos.
Semana 4	UNIDAD 2 –ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS Las etapas de desarrollo de los videojuegos: las ocho generaciones históricas. Play the game: 40 años de videojuegos.
Semana 5	Empresas Pioneras. Las claves del desarrollo en España. La identidad latinoamericana de videojuegos.
Semana 6	La historia de las videoconsolas. Industrias culturales: el mercado de los videojuegos.
Semana 7	1er Parcial
Semana 8	UNIDAD 3 – LA INDUSTRIA VIDEOLÚDICA EN ARGENTINA La historia de los videojuegos en Argentina. El Videojuego como Industria Cultural en Argentina. Empresas de Desarrollo en Argentina.
Semana 9	Comunidades de Desarrollo en Argentina. Desarrolladores y consumidores. Publishers. Proyectos Renombrados Publicados.
Semana 10	Recuperatorio 1er Parcial. Eventos Especiales. Indie Games en Argentina. Asociaciones y Fundaciones de Videojuegos.
Semana 11	UNIDAD 4: LA CULTURA CONTEMPORÁNEA EN EL RELATO VIDEOLÚDICO Narrativas hipermediales y relato pedagógico. Videojuegos y Salud. Arte y videojuegos.
Semana 12	2do Parcial
Semana 13	Ética y videojuegos. Videojuegos y entretenimiento. Tecnoadicciones.
Semana 14	Videojuegos y perspectivas de género. Videojuegos y capacitación profesional. Videojuegos y construcción subjetiva.
Semana 15	Recuperatorio 2do Parcial. Producción del Trabajo final. Colaboración grupal
Semana 16	Puesta en común y discusión teórica de los Trabajos Finales.
<i>A partir de aquí a completar únicamente para unidades curriculares con régimen anual</i>	
Semana 17	
Semana 18	
Semana 19	
Semana 20	
Semana 21	
Semana 22	

P

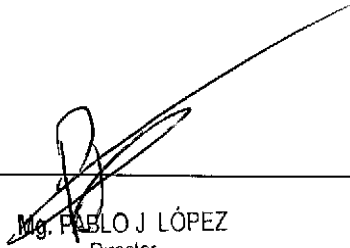


UNPAZ
Universidad Nacional de José C. Paz

17/17

ANEXO

Semana 23	
Semana 24	
Semana 25	
Semana 26	
Semana 27	
Semana 28	
Semana 29	
Semana 30	
Semana 31	
Semana 32	

Firma docente responsable	
Firma Departamento Académico	 Mg. PABLO J. LÓPEZ Director Depto. de Economía, Prod. e Innov. Tec. Universidad Nacional de José C. Paz

PROGRAMA UNIDAD CURRICULAR			
Departamento	ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA		
Carrera/s	Tecnatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos		
Nombre de la unidad curricular	Salud, Publicidad y Videojuegos	Código	23
Docente responsable	María Beatriz de Ansó		
Año de presentación del programa	2018		
1. Carga horaria			
Horas de clase semanales	4		
Horas de clase totales	64	Horas totales clases teóricas	28
		Horas totales clases prácticas	28
		Otras horas totales (laboratorio, trabajo de campo, etc.)	8
2. Unidades correlativas precedentes en el Plan de Estudios			
Denominación			Código
Ludificación, Educación y Entretenimiento			20
3. Contenidos mínimos según Plan de Estudios			
Concepto de Advergaming.			
Casos de éxito de videojuegos y publicidad.			
Mecánica de juegos inmersivos.			
Narrativas transmedia.			
Pauta publicitaria en videojuegos.			
Videojuegos con carácter publicitario.			
Demanda estratégica publicitaria.			
Creatividad publicitaria interactiva.			





Sistemas de medición.

Aplicaciones lúdicas en publicidad.

Cliente agencia. Cliente empresa. Consumidor final.

Estrategias de fidelización de cliente.

Presupuesto participativo de medios.

Mediciones de efectividad.

Estrategias de introducción de mercados.

Estrategias de incorporación de clientes.

Videojuegos e inteligencia moral. Tecno - adicciones.

Tratamientos de desarrollo creativo. Estimulación y tratamiento. Primera edad. Tercera edad.

Prácticas no invasivas.

Aulas hospitalarias.

Tratamientos físicos de recuperación.

Aplicación de periféricos de entrada.

Sociabilización a través de técnicas lúdicas.

Evaluación lúdica estratégica.

Entornos lúdicos favorables.

4. Fundamentación

La Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos busca formar profesionales con competencias teóricas, técnicas y artísticas para participar en las distintas etapas del diseño y producción de videojuegos. Se propone formar profesionales que valoren la producción de videojuegos como práctica artística y como un medio de comunicación social y comunitaria.

El/la Técnico/a Universitario/a en Producción y Diseño de Videojuegos estará capacitado/a para realizar proyectos de videojuegos viables y sustentables en todas sus etapas de desarrollo. Podrá liderar y asistir en la formación de equipos de trabajo para el desarrollo de proyectos interactivos. Está capacitado/a para participar en proyectos de investigación sobre temáticas vinculadas a los videojuegos y su implicancia en la sociedad. De esta caracterización general de la carrera se desprende la fundamentación específica de la unidad curricular de Salud, Publicidad y Videojuegos, ya que estos objetos lúdicos hipermediales constituyen en la cultura contemporánea un vehículo comunicacional de impacto en distintos ámbitos de la cultura en general, y en la Salud en particular.

Los contenidos curriculares de la materia Salud, Publicidad y Videojuegos se encuadran en el área de Instrumentación y son correlativos a Ludificación, Educación y Entretenimiento, del mismo trayecto formativo. La materia corresponde al Tercer Año y se cursa en el sexto cuatrimestre del plan de la



carrera.

La formación teórica y técnica de los profesionales requiere competencias que incluyan el conocimiento y la comprensión de problemáticas de la salud sobre las cuales la mediación videolúdica ha demostrado beneficios y capacidad de motivación y mejora. La salud, según la OMS, es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Desde este espacio curricular se propone construir y consolidar marcos teóricos referenciales que unifiquen saberes, miradas y tendencias en el entrecruzamiento entre el sujeto y la cibercultura, la identidad y las pantallas, la salud y el entretenimiento, las tecnologías inmersivas y las soluciones disruptivas a problemáticas de salud, entre otros aspectos. El entretenimiento es cualquier actividad que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse o recrear su ánimo con una distracción, evitando el aburrimiento y evadiéndose temporalmente de sus preocupaciones, alegrándose o deleitándose; por ejemplo, jugando o leyendo. Se consideran entretenimientos el cine, teatro, deportes, juegos, baile social, conciertos, espectáculos de comedia, animaciones. En este sentido se accederá a proyectos de intervención en salud que optimizan la potencialidad de recursos digitales para gamificar procesos de rehabilitación y recuperación de la salud. Advergaming es un concepto acuñado por Giallourakis, denominación resultante de la combinación entre los términos anglosajones advertising y gaming, que se utiliza para referirse a las técnicas publicitarias que consisten en utilizar los videojuegos para promocionar un determinado servicio o producto. El advergaming se concibe como la creación de un videojuego para las específicas necesidades de comunicación de una marca. Los videojuegos son un recurso paradigmático del entretenimiento actual que contribuyen al placer lúdico, como expresión de un ámbito saludable y son recursos que favorecen la ludificación en forma transversal en todos los ámbitos de la vida contemporánea..

5. Objetivos

- Conocer los alcances epistemológicos de los conceptos estructurantes de la materia: salud, publicidad y advergaming, videojuegos que educan.
- Comprender las posibilidades que brindan los videojuegos para modificar y/o mejorar las habilidades y funciones cognitivas, sensoriales, kinestésicas y emocionales de los sujetos videojugadores.
- Analizar críticamente las condiciones contextuales en las cuales circulan las narrativas lúdicas y transmediáticas que impactan en las conductas y preferencias socioculturales.
- Favorecer la colaboración profesional en equipos interdisciplinarios para la producción de recursos videolúdicos aplicados al tratamiento y mejora de discapacidades o disfunciones y la conservación de la salud integral.



- Valorar la función mediadora de los videojuegos como recurso terapéutico.

6. Contenidos (organizados por unidades)

UNIDAD 1 SALUD Y VIDEOJUEGOS

El concepto de salud. Implicancias socio-culturales. Mecanismos de intervención. El entretenimiento, pilar de la cultura contemporánea y categoría estructurante de salud y bienestar. Sociabilización a través de técnicas lúdicas. Evaluación lúdica estratégica. Entornos lúdicos favorables.

UNIDAD 2 LOS VIDEOJUEGOS COMO RECURSOS TERAPÉUTICOS

Las Narrativas transmedia. Mecánica de juegos inmersivos. Videojuegos e inteligencia moral. Tecno -adicciones. Tratamientos de desarrollo creativo. Estimulación y tratamiento. Primera edad. Tercera edad. Prácticas no invasivas. Aulas hospitalarias. Tratamientos físicos de recuperación. Aplicación de periféricos de entrada.

UNIDAD 3 PUBLICIDAD Y ADVERGAMING

Concepto de Advergaming. Aplicaciones lúdicas en publicidad. Videojuegos con carácter publicitario. Casos de éxito de videojuegos y publicidad. Pauta publicitaria en videojuegos. Demanda estratégica publicitaria. Creatividad publicitaria interactiva. Sistemas de medición. Cliente agencia. Cliente empresa. Consumidor final. Estrategias de fidelización de cliente. Presupuesto participativo de medios. Mediciones de efectividad.

Estrategias de introducción de mercados. Estrategias de incorporación de clientes. La producción interdisciplinaria de videojuegos en formato publicitario.

7. Bibliografía obligatoria y complementaria (organizada por unidades)

UNIDAD 1: SALUD Y VIDEOJUEGOS

* AA.VV. Selección de Conferencias y Comunicaciones publicadas en las Actas de Congresos Internacionales de Videojuegos y Educación. En de Ansó, M. (2018) Selección de textos de cátedra. Recopilación interna.

* DÍAS, G (2011-14-06) Artículo: Neurociencia y videojuegos ¿Qué ocurre en nuestro cerebro mientras jugamos? The Vault. Recuperado de: <http://thevault.es/articulo-neurociencia-y-videojuegos-%C2%BFque-ocurre-en-nuestro-cerebro-mientras-jugamos>

* ESNAOLA, G; YUSTE TOSINA, R; de ANSÓ, M B & BORRERO, R (2012) Videojuegos en el Aula: Una Experiencia de Formación Ética I Congreso Internacional de Videojuegos y Educación. Recuperado de: <http://www.uv.es/ordvided/ACTAS/ACTAS%20CIVE%202012.pdf>

* ESNAOLA, YUSTE TOSINA, de ANSÓ & BORRERO (2011) Videojuegos en el aula: una herramienta de evaluación educativa. I Jornadas Nacionales de TIC e Innovación en el Aula y III Jornadas de Experiencia en Educación a Distancia de la Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: http://www.unlp.edu.ar/uploads/docs/esnaola_y_otros_videojuegos_en_el_aula_una_herramienta_



de_evaluacion_educativa_.pdf

- * ESNAOLA, G., del MORAL, E. & YUSTE TOSINA, R. (2012) Evaluación y diseño de videojuegos. Generando objetos de aprendizaje en comunidades de prácticas. Revista de educación a Distancia N° 33. Recuperado de: http://www.um.es/ead/red/33/esther_et_al.pdf
- * HUIZINGA, J.(2007) Homo ludens. Alianza Editorial SA. Madrid. 6° reimpresión. ISBN 978 84 2016 3539 2. Disponible en <http://zeitgenoessischeaesthetik.de/wp-content/uploads/2013/07/johan-huizinga-homo-ludens-espan%CC%83ol.pdf>
- * SCOLARI, C. (ed.) (2013). Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification. Col•leccio Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona. Barcelona. ISBN-10: 84-695-6852-3. ISBN-13: 978-84-695-6852-1 Año de publicación: 2013. Versión PDF 0.1/ Setiembre, 2013 Disponible en https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/26009/Scolari_Homo.pdf?sequence=1

UNIDAD 2: LOS VIDEOJUEGOS COMO RECURSOS TERAPÉUTICOS

- * AA.VV. Selección de Conferencias y Comunicaciones publicadas en las Actas de Congresos Internacionales de Videojuegos y Educación. En de Ansó, M. (2018) Selección de textos de cátedra. Recopilación interna.
- * BENEDITTO, G. (2016). Videojuegos, el arte de matar marcianos (enemigo desconocido). En Esnaola, G.(coord.) Videojuegos en aulas ludificadas. Noveduc. Bs. As. Cap. 7, pág. 73-81
- * CATTANEO ESNAOLA, C. (2016) Videojuegos para la salud. En Esnaola, G.(coord.) Videojuegos en aulas ludificadas. Noveduc. Bs. As. Cap. 6, pág. 65-70
- * SCOLARI, C. (2013) Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- * VILCHEZ, L. (2018): Inteligencia moral . Cap. 4. PPC Cono sur. Bs As

UNIDAD 3:

- * AA.VV. Selección de Conferencias y Comunicaciones publicadas en las Actas de Congresos Internacionales de Videojuegos y Educación. En de Ansó, M. (2018) Selección de textos de cátedra. Recopilación interna.
- * SELVA RUIZ, D. (2009). "El videojuego como herramienta de comunicación publicitaria: una aproximación al concepto de advergaming", en Comunicación, N° 7, Vol.1 (pp. 141-166), disponible en https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/13009/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Videos

- * ALEJANDRO (2015). Eyelander el videojuego que mejora los problemas de visión Omnium Games. The game journal. Revista online especializada en videojuegos, Serious Games y Gamificación. Recuperado de: <http://omniumgames.com/eyelander-el-videojuego-que-mejora-los-problemas-de-vision/>
- * BENEDITTO, G. (2018) Salud mental. Conversatorio presencial. Presentación compartida: https://prezi.com/3e649ngrsuia/edit/?utm_campaign=share&utm_medium=email#9_51866437
- * DURANTE, G. (7/2/2018) Videojuegos inclusivos: Moss Lengua de señas. Press Over. Play Station.VR. Game. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LhAzl9W4E10&feature=youtu.be>
- * JIMÉNEZ, J. (5/12/2017) Hacia el primer videojuego terapéutico del mundo: el complejo sueño de convertir cada consola en un medicamento. Xataka. Recuperado de: <https://www.xataka.com/medicina-y-salud/el-dia-en-que-los-medicos-nos-curen-con-videojuegos-esta-cada-dia-mas-cerca-aunque-no-tanto-como-quieren-vendernos>
- * LOPEZ GOMEZ, S. (2016) Un estudio inicial de los serious games para entrenamiento quirúrgico. Universidad de Vigo. Recuperado de: <https://tv.uvigo.es/matterhorn/32053>

Bibliografía complementaria

[Handwritten signature]



- * SANCHEZ Y PERIS, F. (Presidencia) (2012) 1° Congreso Internacional de Videojuegos y Educación CIVE I. Universidad de Valencia. Alfaz del Pi. Disponible en: <https://www.uv.es/ordvideo/>
- * REVUELTA DOMÍNGUEZ, F. (Presidencia) (2013) 2° Congreso Internacional de Videojuegos y Educación CIVE II. Universidad de Extremadura. Cáceres. Disponible en: http://4.bp.blogspot.com/-dgi_39IBxJA/UwkgN9g7yil/AAAAAAAAArw/efJN30OTVJY/s1600/portada.png
- * ESNAOLA HORACEK, G. (Presidencia) (2015) 3° Congreso Internacional de Videojuegos y Educación CIVE III. Universidad Nacional de Tres de Febrero. Buenos Aires. Disponible en: https://www.academia.edu/29012694/ACTAS_III_CONGRESO_INTERNACIONAL_DE_VIDEOJUEGOS_Y_EDUCACION_CIVE15.pdf
- * LEGERÉN, B. (Presidencia) (2016) 4° Congreso Internacional de Videojuegos y Educación CIVE IV. Universidad de Vigo. Pontevedra. Disponible en: https://cive2016creas2i.files.wordpress.com/2018/04/isbn-978-84-617-5940-8-delaideaalapantalla_180403.pdf
- * GONZALEZ, C. (Presidencia) (2017) 5° Congreso Internacional de Videojuegos y Educación CIVE V. Universidad de La Laguna. Tenerife. Disponible en: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/6351>

8. Metodología de trabajo

Los contenidos se desarrollarán en clases teóricas y prácticas. Se utilizará material audiovisual e hipermedial. Se fomentará el trabajo colaborativo y la investigación en territorio. Los resultados de las búsquedas serán analizados críticamente y evaluados en formatos digitales e impresos y se compartirán en plataformas virtuales.

La metodología propuesta será la de Taller. Se generarán las condiciones para que los estudiantes puedan aprender haciendo, fomentando propuestas participativas y colaborativas. En clases teóricas se abordarán contenidos y lineamientos actuales, se fomentará el trabajo en grupo, la lectura crítica de textos, la realización de entrevistas presenciales y en videoconferencia, la elaboración de informes y el análisis de datos. Se estimulará la organización y presentación de producciones grupales orales. Se fomentará la crítica respetuosa. Se organizarán visitas a laboratorios de profesionales de la salud y a instituciones de la comunidad que utilizan videojuegos como recursos didácticos gamificados y de rehabilitación virtual. Las visitas (por ej. al Laboratorio de Rehabilitación Virtual de UNSAM) permitirán pensar proyectos de intervención con videojuegos aplicados a diferentes casos de tratamiento o rehabilitación de ciertas discapacidades. Las entrevistas serán desgrabadas para generar materiales bibliográficos del área, que brinden aportes de conocimiento validado y experiencias en el campo del saber que nos ocupa.

9. Evaluación (Requisitos de aprobación y criterios de evaluación)

La evaluación será procesual y permanente, por medio de Trabajos Prácticos, actividades y participación en el aula, y dos Parciales Escritos con posibilidad de Recuperatorio durante la cursada de la Materia.



Requisitos de evaluación:

De acuerdo con el Régimen General de Estudios, las unidades curriculares se aprueban mediante:

- a) Promoción,
- b) Examen integrador, o bien
- c) Examen Final

En cualquiera de los casos se requiere el 75% de asistencia a clase.

Para aprobar la asignatura por promoción se requiere obtener calificaciones no inferiores a 6 (seis) en las dos evaluaciones parciales o sus respectivos recuperatorios, y un promedio de 7 (siete) puntos o más.

Para aprobar a través de examen integrador se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) en las dos evaluaciones parciales. Esta instancia se desarrolla luego de finalizada la cursada, no requiere inscripción previa y es llevada adelante por el profesor de la comisión, quien indica a cada estudiante los contenidos a evaluar y su modalidad (escrito, oral, trabajo, etc). El examen integrador se aprueba con 4 (cuatro) puntos.

Los estudiantes que no aprueben por promoción o por examen integrador tendrán la posibilidad de aprobar la asignatura mediante examen final. Para acceder a esta instancia se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) puntos en las dos instancias parciales o sus respectivos recuperatorios.

Para más información se sugiere leer detenidamente los artículos 31 a 39 del Régimen General de Estudios de UNPAZ.

Criterios de evaluación:

Se realizan propuestas integradoras en cada módulo que demandarán la lectura y elaboración de los textos propuestos. La evaluación será continua, considerando las siguientes instancias: grilla de observación, Trabajos Prácticos, exposición de marcos teóricos, elaboración de informes.

Dimensiones de evaluación:

- Asistencia: La propuesta requiere de un régimen de asistencia del 75% que permite el seguimiento activo. En particular el cursante deberá tener una participación efectiva, de frecuencia semanal presencial y virtual.

- Cuantitativo: A través de las diferentes producciones propuestas por los docentes, el estudiante obtendrá unas calificaciones por módulo siendo necesario aprobar cada módulo para obtener la regularidad del curso.



- Cualitativo: El docente realiza el seguimiento continuo de los aprendizajes de los alumnos atendiendo a los mínimos propuestos y a las producciones y actividades realizadas, según el nivel de aprendizajes previos.

- Trabajo Final integrador:

Se requerirá que los cursantes integren los datos obtenidos en la investigación teórico-práctica en un producto a elección entre dos opciones: a) una producción multimedial publicitaria, que puede consistir en un proyecto videolúdico en base a una idea original que presente un tema de salud o un producto de publicidad mediado por tecnologías lúdicas, para ser presentado como parte de una supuesta campaña mediática. b) Un juego digital orientado al entrenamiento, el tratamiento o la mejora de funciones bio-psico-sociales o de algún trastorno de salud, debidamente fundamentado.

10. Instancias de práctica (opcional)

Visitas a: * estudios de desarrollo de videojuegos.

* Laboratorio de Rehabilitación Virtual.

* Clases de medicina con simuladores.

Trabajos prácticos de diseño de videojuegos aplicados a áreas de Salud y Advergaming.

11. Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1	Presentación de la materia. UNIDAD 1 SALUD Y VIDEOJUEGOS El concepto de salud. Implicancias socio-culturales. Mecanismos de intervención
Semana 2	El entretenimiento, pilar de la cultura contemporánea y categoría estructurante de salud y bienestar. Sociabilización a través de técnicas lúdicas.
Semana 3	Evaluación lúdica estratégica. Entornos lúdicos favorables. Invitada en videoconferencia: Clara Cattaneo Esnaola. Tema: El artista gráfico digital en el desarrollo de videojuegos. Sitio Web: https://www.behance.net/mcce
Semana 4	Visita a Laboratorio de Rehabilitación Virtual.
Semana 5	UNIDAD 2 LOS VIDEOJUEGOS COMO RECURSOS TERAPÉUTICOS Las Narrativas transmedia. Mecánica de juegos inmersivos.
Semana 6	1er Parcial
Semana 7	Tratamientos de desarrollo creativo. Estimulación y tratamiento. Primera edad.



	Tercera edad. Prácticas no invasivas. Aulas hospitalarias.
Semana 8	Clase magistral de los Lic. Pablo Inguibert y Carolina Giunti, docentes de Salud Mental, Fac. de Medicina, UBA. Tema: Constitución psíquica y producción de subjetividad mediada por pantallas.
Semana 9	Recuperatorio de 1er Parcial. Tecno - adicciones. Invitado en videoconferencia: Lic. Germán Beneditto. Tema: Salud mental y tecnoadicciones.
Semana 10	Tratamientos físicos de recuperación. Aplicación de periféricos de entrada. Conferencia presencial de Juan Aranda, Director del Laboratorio de Rehabilitación Virtual de UNSAM. Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=WFdfVOVMHoU&feature=share
Semana 11	UNIDAD 3 PUBLICIDAD Y ADVERGAMING Concepto de Advergaming. Aplicaciones lúdicas en publicidad. Videojuegos con carácter publicitario. Casos de éxito de videojuegos y publicidad. Invitado en videoconferencia: Gonzalo Cantarelli. Miembro de Bacord games: https://www.youtube.com/watch?v=91HO4TeSutU&feature=youtu.be
Semana 12	2do Parcial
Semana 13	Pauta publicitaria en videojuegos. Demanda estratégica publicitaria. Creatividad publicitaria interactiva. Sistemas de medición. Invitado Antonio Zimmerman, quien con su equipo ganó el 1er premio del Concurso Untref Emprende con el Videojuego OIR, un acercamiento intuitivo al ritmo. Nota periodística: https://www.pagina12.com.ar/110205-mira-como-suena
Semana 14	Recuperatorio de 2do Parcial. La producción interdisciplinaria de videojuegos en formato publicitario. Discusión de proyectos de Trabajo Final.
Semana 15	Producción del Trabajo final. Colaboración grupal
Semana 16	Puesta en común y discusión teórica de los Trabajos Finales.
<i>A partir de aquí a completar únicamente para unidades curriculares con régimen anual</i>	
Semana 17	
Semana 18	
Semana 19	
Semana 20	
Semana 21	
Semana 22	
Semana 23	

[Handwritten signature]



UNPAZ
Universidad Nacional de José C. Paz

ANEXO

111-111

Semana 24	
Semana 25	
Semana 26	
Semana 27	
Semana 28	
Semana 29	
Semana 30	
Semana 31	
Semana 32	

Firma docente responsable	
Firma Departamento Académico	Mg. PABLO J. LÓPEZ Director Depto. de Economía, Producción y Tecnología Universidad Nacional de José C. Paz