

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Creación y Narración de Videojuegos
-------------	----------------------------------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Comunicación en Comunidades Virtuales
-------------	---------------------------------------

Tipo:	Formación Básica	Créditos ECTS:	6
-------	------------------	----------------	---

Curso:	1	Código:	4650
--------	---	---------	------

Periodo docente:	Primer semestre
------------------	-----------------

Materia:	Comunicación
----------	--------------

Módulo:	Bases para una Teoría de los Videojuegos
---------	------------------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
------------------------------------------	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Belén Mainer Blanco	b.mainer@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Comunicación en Comunidades Virtuales integra la formación necesaria para conocer, comprender, analizar y sintetizar el concepto del videojuego como nueva forma de interacción social y de participación popular. Para ello, el alumno adquirirá conocimientos sobre las interacciones establecidas entre comunidades de videojugadores a través de las redes con especial atención a los procesos de la comunicación actuales e introducción al entendimiento de la comunicación corporativa y el marketing digital.

La asignatura se ubica en el módulo BASES PARA UNA TEORÍA DE LOS VIDEOJUEGOS, dentro de la materia de COMUNICACIÓN, y se imparte en el primer cuatrimestre del primer curso del Grado de Periodismo.

OBJETIVO

Obtener los conocimientos y las destrezas necesarias para entender los procesos de la comunicación y adquirir una visión comunicativa previa a tener en cuenta en la creación de los contenidos digitales de hoy.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los correspondientes al Grado.

CONTENIDOS

1. Introducción a la comunicación
2. El videojuego como medio de comunicación
3. El videojuego, como nueva forma de interacción social.
4. Introducción: las relaciones públicas como método para resolver problemas. Fases para la elaboración de un plan de comunicación. Tipos de públicos a los que dirigir la comunicación (externos e internos). Principales canales en su difusión.
5. Investigación: arranque del plan de comunicación. Conocimiento de la organización, el producto o servicio a comunicar.
6. Objetivos: definición de los objetivos cualitativos y cuantitativos para trazar las metas del plan de comunicación.
7. Estrategia de los objetivos del plan de comunicación
8. Planificación: bajada táctica y organizacional de los diferentes hitos de comunicación en el tiempo.
9. Análisis: seguimiento diario para la modificación del plan a medida que avanza en el tiempo y elaboración de informes cuantitativos y cualitativos para la evaluación del mismo.

1. Introducción a la comunicación

¿Por qué nos comunicamos? Concepto, tipología y definición.

Introducción a los procesos de la comunicación de hoy: de la creación a la recepción de los contenidos.

El proceso de la convergencia digital: del hipertexto a la narración transmedia

2. El videojuego como medio de comunicación

¿Qué es un medio de comunicación? Diferencia entre medios tradicionales y medios de comunicación actuales. El videojuego como medio de información colectiva: comunicación en el juego y comunicación en las redes de aficionados

Usos y manejo del videojuego para la transmisión de historias

Influencias del usuario de hoy en el videojuego: comunicación interactiva

3. El videojuego como nueva forma de interacción social

Cultura emergente

La cultura del jugador

Comunidades colaborativas

El fenómeno Fan Fiction

4. Introducción: las relaciones públicas como método para resolver problemas. Fases para la elaboración de un plan de comunicación. Tipos de públicos a los que dirigir la comunicación (externos e internos). Principales canales en su difusión.

5. Investigación: arranque del plan de comunicación. Conocimiento de la organización, el producto o servicio a comunicar.

6. Objetivos: definición de los objetivos cualitativos y cuantitativos para trazar las metas del plan de comunicación.

7. Estrategia de los objetivos del plan de comunicación

8. Planificación: bajada táctica y organizacional de los diferentes hitos de comunicación en el tiempo.

9. Análisis: seguimiento diario para la modificación del plan a medida que avanza en el tiempo y elaboración de informes cuantitativos y cualitativos para la evaluación del mismo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA
 TRABAJO AUTÓNOMO
 TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS
 MÉTODO DEL CASO
 SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL
 INVESTIGACIÓN

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO AUTÓNOMO. En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

MÉTODO DEL CASO: Adquisición de aprendizaje mediante el análisis de casos o situaciones reales de gestión. Esta técnica de aprendizaje activa, centrada en la investigación del estudiante sobre un problema real y específico, ayuda al alumno a adquirir la base para un estudio inductivo.

SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL: que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

INVESTIGACIÓN: Búsqueda de información a partir de diversas fuentes y documentos, análisis y síntesis de los datos y desarrollo de conclusiones

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
CLASE EXPOSITIVA PARTICIPATIVA: 35 EVALUACIÓN: 4 CLASES PRÁCTICAS: 10 SEMINARIOS TEÓRICO-PRÁCTICOS, TALLERES, CONFERENCIAS, MESAS REDONDAS: 11 60h	TRABAJOS INDIVIDUALES O EN GRUPO: 30 ESTUDIO TEÓRICO Y PRÁCTICO: 40 TRABAJO VIRTUAL EN RED: 20 90h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para potenciar el pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico con la finalidad de comprender, analizar, interpretar y sintetizar con rigor y de forma autónoma el ámbito de los videojuegos desde un enfoque multidisciplinar.

Capacidad para integrarse en un equipo multidisciplinar con objetivos comunes, fomentando el análisis y la puesta en común de los diferentes enfoques.

Habilidad para expresarse con fluidez y eficacia para transmitir mensajes e informaciones tanto en el entorno académico como en el entorno laboral.

Habilidad para dominar las tecnologías de la información y la comunicación y su aplicación en el ámbito de la industria de los videojuegos.

Competencias específicas

Capacidad para comprender las interacciones y los canales de comunicación establecidos entre comunidades de videojugadores a través de las redes y su influencia en la industria del videojuego.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer los procesos de la comunicación actuales, su evolución y sus posibilidades.

Adquirir los criterios fundamentales para aprovechar las sinergias que facilita el videojuego con el objetivo de elegir la mejor manera de comunicarse con los usuarios.

Capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos. Capacidad para estructurar el pensamiento, expresar lógicamente las ideas y utilizar adecuadamente el lenguaje.

Ejercer la función social que cumplen las personas del sector del videojuego durante su desarrollo profesional y las obligaciones que contraen.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En la evaluación se tendrán en cuenta tanto el dominio de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura, acreditados en una prueba final escrita, como la asistencia y la entrega puntual de los trabajos propuestos.

Ponderación:

Examen escrito individual y examen grupal: 50%

Trabajos y ejercicios individuales y grupales y asistencia y participación en las actividades presenciales en el aula y/o laboratorio: 50%

En la evaluación extraordinaria, los trabajos realizados en grupo en la evaluación Ordinaria serán sustituidos por otros de tipo individual asignados por las profesoras.

Se tendrán en cuenta en la evaluación:

Dado el carácter práctico de la asignatura, la asistencia del alumno y la realización de los trabajos serán fundamentales. Solo se valorarán los trabajos si el alumno obtiene en el examen final una calificación superior a 5. Cada apartado es obligatorio y si alguno no ha sido superado por el alumno, quedará pendiente para convocatoria extraordinaria, cuando se seguirán los mismos criterios de evaluación.

Es obligatoria el alta del alumno en Aula Virtual con los datos suficientes para su identificación y localización durante el primer mes de clase.

La participación en la totalidad de los ejercicios y actividades propuestos en clase.

Cualquier modificación de estas condiciones en casos excepcionales deben ser consultados y aprobados por el profesor en el primer mes del cuatrimestre (Octubre); transcurrido ese plazo sólo serán considerados casos de fuerza mayor, debidamente acreditados.

El plagio es motivo de suspenso.

Las calificaciones se obtendrán atendiendo a los siguientes criterios:

- Comprensión de los conceptos básicos de la asignatura.
- Desarrollo práctico de la asignatura.
- Capacidad para realizar trabajos relacionados con la información, de tipo individual y colectivo.
- Capacidad de iniciativa e innovación.
- Asistencia y participación en clase.

En el caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario donde la docencia se tenga que impartir exclusivamente en remoto, se mantendrán los pesos de la evaluación, pero la evaluación se realizará en remoto (presentaciones y pruebas).

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

GEE, James Paul. 2003. "What videogames have to teach us about learning and literacy". Editorial Palgrave Macmillan.

HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. Madrid. Alianza Editorial. 1972.

JENKINS, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 2006.

----- Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración. Barcelona. Editorial Paidós Comunicación. 2009.

MAINER, Belén; MARTINEZ, Consuelo; PUENTE, Héctor. Videojuegos y Educación. Editorial UFV. 2019

MARTÍNEZ, David. De Super Mario a Lara Croft: La Historia oculta de los videojuegos. Dolmen Books. 2015.

MOTT, Tony. 1001 videojuegos a los que hay que jugar antes de morir. Grijalbo. 2011

MURRAY, Janet. (1999) "Hamlet en la Holocubierta". Barcelona. Paidós Ibérica.
PAJARES Tosca, Susana; EGENFELDT-NIELSON, Simon; HEIDE Smith, Jonas. 2008. "Understanding Videogames". Editorial Routledge.
PÉREZ LATORRE, Pérez Latorre, Óliver. El lenguaje videolúdico: análisis de la significación del videojuego. Editorial Laertes. 2012
RHEINGLOD, Howard (2004). "Multitudes inteligentes: la próxima revolución social". Barcelona. Gedisa.
RYAN, Marie-Laure (2004). "La narración como realidad virtual. La inmersión u la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos". Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica.
SCOLARI, Carlos Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto. 2013.