

ANEXO II

Programa Libre

Carrera: TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCIÓN DIGITAL,
LICENCIATURA EN ARTES DIGITALES

Año: 2017

Curso: *Producción Audiovisual para Redes Sociales*

Créditos: 10 (diez)

Núcleo al que pertenece: Electiva

Tipo de Asignatura: Teórico-Práctica

Presentación y Objetivos:

Presentar núcleos conceptuales que permitan reconocer el flujo de trabajo en la realización audiovisual destinada a redes sociales, utilizando herramientas accesibles en la web.

- **Adquirir el conocimiento del proceso de realización audiovisual específico para redes sociales**
- **Desarrollar las habilidades para realizar y producir audiovisuales de manera colaborativa en equipo con la lógica de producción para redes sociales y consumo en dispositivos fijos y móviles.**
- **Estimular la creatividad, la realización y la búsqueda de identidad audiovisual por parte de los realizadores**
- ***Buscar la experiencia de índole profesional en todas las etapas del proceso de producción para redes sociales que permita su desarrollo específico para el mundo laboral***

Contenidos mínimos:

Plataformas y aplicaciones Web 2.0 para el desarrollo de Redes Sociales. La estética audiovisual digital. El relato interactivo. You Tube, Google, Facebook, instagram y otras redes sociales. Sus lógicas de producción y su articulación

con los medios tradicionales. La producción de contenidos para redes sociales. La información, ficción, entretenimiento. Estrategias de promoción y publicitarias.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1: La web 2.0. La galaxia internet. De la web a la interactividad. La Comunicación Digital Interactiva. Características de los Contenidos Digitales. Los públicos, géneros y formatos.

Unidad 2: Herramientas y/o aplicaciones. Flujo de trabajo en la realización audiovisual. Creación de Contenidos Digitales. Etapas de proceso para la producción audiovisual para redes sociales. Estrategias de promoción de contenidos en redes sociales.

Unidad 3: Nuevas pantallas, usos y formatos. Multimedia y transmedia. Webseries como formato emergente. Nuevas formas de contar historias con Realidad Virtual y Realidad Aumentada y video 360°.

Unidad 4: Lógicas de producción y su articulación con los medios tradicionales. La no-ficción en la web. Lógicas de producción para distintas redes sociales. *Derechos de autor. Licencias. Copyright, Copyleft. Distribución y realización de proyectos.*

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1.

CASTELLS, Manuel (2001). "La galaxia internet: reflexiones sobre internet, empresa y sociedad". Madrid: Areté. Pag 15 a 22

Fumero, Antonio. cap. 3: La web social en Fumero, A; Roca G.(2007) Web 2.0 [en línea] Biblioteca Fundación Orange, España <disponible en www.oei.es/salactsi/WEB_DEF_COMPLETO2.pdf>

Pardo Kuklinski, Hugo. Capítulo 1. Nociones básicas alrededor de la Web 2.0. en Cobo Romani, C.; Pardo Kuklinski, H. (2007) Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food [en línea] Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.<disponible en www.oei.es/tic/planeta_web2.pdf> [fecha de consulta: 8-9-2016]

Unidad 2.

Camus, Juan Carlos (2009). Tiene 5 segundos. Disponible en www.tienes5segundos.cl

Islas, O; Arribas Urrutia, A. Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos en Piscitelli, A.; Adaime, I.; Binder, I.; compiladores (2010) El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje [en línea]<disponible en http://www.fundacion.telefonica.com/debateyconocimiento/eventos/eventos/2010/mayo/pdf/EVEN_DYC_ESP_EI%20proyecto%20Facebook_y_la_posuniversidad_07_05_10.pdf>

Unidad 3.

SCOLARI, Carlos Alberto (2013). Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan. Deusto s.a. ediciones.

SCOLARI, Carlos (2008). "Hipermediaciones, Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva". Gedisa, Barcelona, pag. 87-100

RINCÓN, Omar (2006), "Narrativas mediáticas", Gedisa, Barcelona.

Unidad 4:

BARBERIS, Sergio y TURRIAGA, Lorena (Coordinadores) (2010). Guía para la presentación de contenidos en la televisión digital. Universidad Nacional de la Matanza. Buenos Aires. <http://es.scribd.com/doc/38717574/Guia-Para-La-Presentacion-de-Contenidos-deTV-Digital>

MUROLO, NORBERTO LEONARDO (2009). "Nuevas pantallas frente al concepto de televisión. Un recorrido por usos y formatos". XIII Jornadas de

Investigadores en Comunicación, "Itinerarios de la Comunicación, ¿Una construcción posible?", San Luis, Argentina.

Bibliografía de consulta:

GONZALEZ, Néstor Daniel (2010). *"Comunicación, periodismo y nuevas tecnologías. Documentos de Trabajo N°5"*. Universidad nacional de Quilmes.

RIGO, Marisa Natalia. (2010) "Televisión e Internet: análisis de la producción de sentidos sobre estos medios de comunicación otorgados por jóvenes universitarios de la ciudad de La Plata". Congreso de Comunicación Alternativa: Medios Estados y Política. COMEP. Universidad Nacional de La Plata

VERÓN, Eliseo (2001), *"El cuerpo de las imágenes"*, Norma, Bogotá.

Evaluación:

La evaluación constará de dos partes: En primer lugar un examen escrito, para lo cual el estudiante dispondrá de 2 (dos) horas-reloj. Inmediatamente será evaluado y calificado. Deberá aprobarse con una calificación no menor a 7 (siete) para tener la posibilidad de pasar a la instancia oral que también será calificada. Para aprobar el examen libre deberá recibir una calificación promedio entre las dos instancias no menor a 7 (siete).