

**Universidad Nacional de Quilmes
Escuela Universitaria de Artes
Programa LIBRE**

CARRERA/S:	Tecnicatura en Producción Digital y Licenciatura en Artes Digitales
AÑO:	2026
ASIGNATURA:	Producción Audiovisual para Redes Sociales
DOCENTE:	Néstor Luis González
CARGA HORARIA:	4 horas áulicas+ 1 extra áulica
CRÉDITOS:	10 créditos
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórico- Práctica
PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS:	
<p>El propósito del curso es presentar núcleos conceptuales que permitan reconocer el flujo de trabajo en la realización audiovisual destinada específicamente a redes sociales, utilizando herramientas disponibles en la web 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquirir el conocimiento del proceso de realización audiovisual, reconociendo las etapas y su vinculación con las redes sociales. - Reconocer las lógicas de producción, publicación, promoción y los tipos de contenidos de las RRSS más utilizadas. -Desarrollar las habilidades para realizar y producir audiovisuales de manera colaborativa y promocionarlos en RRSS. -Estimular la creatividad, la realización y la búsqueda de identidad audiovisual por parte de los realizadores utilizando tecnologías emergentes y dispositivos móviles. 	
CONTENIDOS MÍNIMOS:	
<p>Plataformas y aplicaciones Web 2.0 para el desarrollo de Redes Sociales. La estética audiovisual para redes sociales. El relato interactivo. YouTube, Instagram, Facebook, TikTok y otras redes sociales. Sus lógicas de producción y su articulación con los medios tradicionales. La producción</p>	

de contenidos para redes sociales. Redes sociales y narrativas transmedia. La información, ficción, entretenimiento. Promoción de contenidos en redes sociales.
CONTENIDOS TEMÁTICOS O UNIDADES:
<p>Unidad 1: La galaxia internet. De la web 1.0 a la web social. La Comunicación Digital Interactiva. Características de los Contenidos Digitales. Los públicos, géneros y formatos.</p> <p>Unidad 2: Redes sociales. Herramientas y/o aplicaciones 2.0 para crear y gestionar RRSS. Flujo de trabajo en la realización audiovisual para redes sociales. Creación de Contenidos Digitales. Etapas de proceso para la producción audiovisual para redes sociales. Estrategias de promoción de contenidos en redes sociales.</p> <p>Unidad 3: Nuevas pantallas, usos y formatos. Multimedia y transmedia. Webseries como formato emergente. Nuevas formas de contar historias con Realidad Virtual, Realidad Aumentada y video 360°</p> <p>Unidad 4: Lógicas de producción, publicación, promoción en RRSS y su articulación con los medios tradicionales. Derechos de autor. Licencias. Copyright, Copyleft. Distribución y promoción de proyectos audiovisuales: El calendario editorial.</p>
MODALIDAD DE EVALUACIÓN:
<p>Según el régimen de estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (CS): 201/18. Capítulo II: Evaluación y Acreditación http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5bbb4416f0cdd.pdf</p> <p>30 días antes de la fecha designada para el examen final libre el/la estudiante deberá contactar al profesor de la asignatura quien le dará la consigna de un trabajo práctico integral audiovisual que deberá presentar 5 días antes del examen. La evaluación constará de dos partes: En primer lugar la presentación y defensa del trabajo práctico integral. Inmediatamente será evaluado y calificado. Deberá aprobarse con una calificación no menor a 7 (siete) para tener la posibilidad de pasar a la segunda instancia del examen que será oral y también será calificada. Para aprobar el examen libre deberá recibir una calificación promedio entre las dos instancias no menor a 7 (siete).</p>
BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA:

Unidad 1

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

COBO ROMANÍ, 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>

THE OPEN UNIVERSITY; BBC. (2010). "La revolución virtual" disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=3d61dg07OrY>

Unidad 2

CAMUS, J; (2009). "Tienes 5 segundos". Disponible en www.tienes5segundos.cl

PISCITELLI, A; ADAIME, I; BINDER, I (2010). "El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje". Ed. Planeta. Barcelona. <Disponible en

https://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/paginaitem-publicaciones/itempubli/4/>

NOGUERA VIVO, J.M. (2013). "Redes sociales móviles y contenido generado por el usuario". En Aguado, J., Feijóo, C., y Martínez, I. La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital. Barcelona: Editorial Gedisa. Cap. 9 (P. 90-102)

Unidad 3

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

SCOLARI, C. (2013). "¿Qué son las narrativas transmedia?". En Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. (1º ed.). Barcelona: Deusto.6 Cap.1 (P. 1-38). Disponible en:

<http://www.fadu.edu.uy/esteticadisenoii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

Unidad 4

LIPPENHOLTZ, B. "La realidad aumentada. Educación e inmersión. Una buena dupla para reflexionar sobre las posibilidades de las nuevas tecnologías". Disponible en:

<http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/inclusion-digital/larealidadadaumentada-educacio.php>

MORALES MORANTE, F; HERNANDEZ, P. (2014).La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. Universidad Autónoma de Barcelona.

SUAREZ BONILLA, S (2010). "Gramáticas audiovisuales para plataformas celulares". Universidad de Cali.

Aplicaciones

Quiver: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.puteko.colarmix>

CamonApp: <https://www.camonapp.com/>

InkHunter: <https://inkhunter.tattoo/>

Holapex: <https://holapex.com/>

WallaMe: <http://walla.me/>

Augmented Class: <http://augmentedreality.education/>

HP Reveal: <https://www.hpreveal.com/>

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA:

Unidad 1

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.

LE CORNU, A. y WHITE, D. (2013). Visitantes y Residentes: Una nueva tipología para el usuario digital. 1º Ed.

[ebook] p.4. Disponible en: http://ciiepatagones.com.ar/sitio/wp-content/uploads/2013/02/VisitantesyResidente-una-nueva-tipolog%C3%ADa-para-el-usuario-digital-.D.White_-

Unidad 2

AGUADO, J., FEIJÓO, C., y MARTÍNEZ, I. (2013). "La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital". Barcelona: Editorial Gedisa.

Unidad 3

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

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.

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

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

Unidad 4

DELGADO, R; PARRA, N. y NÚÑEZ, P. (2013). AR-Learning: libro interactivo basado en realidad aumentada con aplicación a la enseñanza. Tejuelo. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385923>