

**DISEÑO CURRICULAR**  
**TRAYECTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INICIAL**  
**“ CREADOR/A DE CONTENIDOS DIGITALES”**

**1. Denominación del proyecto: Formación Profesional Inicial de Creador/a de contenidos digitales**

**2. Identificación de la certificación profesional**

2.1. Sector/es de actividad socio productiva: **MULTIMEDIAL**

2.2. Denominación del perfil profesional: **CREADOR/A DE CONTENIDOS DIGITALES**

2.3. Familia profesional: **INDUSTRIAS, GRÁFICA, PUBLICITARIA Y MULTIMEDIAL**

2.4. Denominación del certificado de referencia: **CREADOR/A DE CONTENIDOS DIGITALES**

2.5. Ámbito de trayectoria formativa: **FORMACIÓN PROFESIONAL**

2.6. Tipos de certificación: **CERTIFICADO DE FORMACIÓN PROFESIONAL INICIAL**

2.7. Nivel de certificación: **III**

2.8. Referencial de ingreso: Se requerirá del ingresante la formación de Educación Secundaria completa, acreditable a través de certificaciones oficiales del Sistema Educativo Nacional (Ley N° 26.206).

**3. Referencial al perfil profesional Creador/a de contenidos digitales**

**3.1. Alcance del perfil profesional**

Este/a profesional tiene los conocimientos necesarios para diseñar, desarrollar y gestionar contenido digital relacionado con diversas temáticas. Este tipo de contenido puede incluir vídeos, transmisiones en vivo, podcasts, artículos de blogs, tutoriales, publicaciones en redes sociales, y otros materiales en diversos medios digitales.

El/la Creador/a de contenidos digitales conoce y utiliza los recursos técnicos y las herramientas necesarias para las distintas etapas de producción, postproducción y transmisión en vivo, los distintos softwares de grabación y edición de video y audio, los diferentes sistemas interactivos y sus posibilidades. A su vez, reconoce y manipula distintos equipos de cámaras y sistemas de sonido, teniendo en cuenta los criterios e instrumentos requeridos para una adecuada configuración de acuerdo con los objetivos comunicacionales establecidos. Por último, estará en condiciones de redactar distintos tipos de contenidos y adaptarlos a medios específicos.

Este/a profesional está capacitado/a tanto para actuar de forma autónoma como para desempeñarse en distintos roles dentro de un equipo de trabajo.

**3.2. Funciones que ejerce el/la profesional**

**1. Elaborar contenido digital original para audiencias específicas.**

Este/a profesional, en el marco de esta función, estará capacitado/a para elaborar contenido digital de calidad. Estará en condiciones de producir contenido para sí mismo o para terceros, disponiendo de las herramientas necesarias para adecuarlo a las audiencias destinatarias y a las especificidades requeridas. Asimismo, contará con los conocimientos necesarios para contribuir al posicionamiento de una marca, diseñando y desarrollando diversas producciones destinadas a distintos medios de comunicación.

## **2. Escribir, grabar y editar contenido para su distribución en plataformas digitales.**

El/la creador/a de contenido digital, en el marco de esta función, estará capacitado/a para elaborar guiones que orienten el desarrollo de un proyecto de comunicación, interpretando las preferencias de las audiencias destinatarias. También contará con el conocimiento para realizar las grabaciones, haciendo uso de hardwares y softwares específicos. Asimismo, podrá editar el contenido aplicando criterios técnicos, en función del tipo de contenido y la audiencia.

## **3. Publicar y distribuir contenidos en plataformas digitales respetando requerimientos específicos.**

El/la creador/a de contenido digital, en el marco de esta función, estará capacitado/a para publicar y distribuir contenidos en distintos medios de comunicación digital, aplicando criterios técnicos para optimizar los recursos. Contará con los conocimientos necesarios para adaptar el contenido a las características particulares de cada medio de comunicación.

## **4. Monitorear el desempeño del contenido y ajustar la estrategia comunicacional respetando los criterios de calidad establecidos.**

El/la creador/a de contenido digital, en el marco de esta función, estará capacitado/a para monitorear el desarrollo del contenido transmitido con técnicas específicas y realizar los ajustes necesarios para mejorar la recepción de las audiencias sin afectar la calidad del producto.

## **5. Desarrollar estrategias para la captación de auspiciantes y la monetización del contenido, contemplando las características de las audiencias.**

El/la creador/a de contenido digital, en el marco de esta función, podrá desarrollar estrategias para la captación de auspiciantes, respetando las características del proyecto comunicacional y del tipo de audiencia. Además, contará con las herramientas necesarias para monetizar el contenido producido.

### **3.3. Referencia del sector profesional, del área ocupacional y del ámbito de desempeño**

Este/a profesional se podrá desempeñar en empresas de diversos rubros, como parte de un equipo, participando en la generación de campañas publicitarias que impliquen crear contenido destinado a difundirse por diferentes plataformas digitales y/o redes sociales. Asimismo, podrá trabajar para marcas u organizaciones que requieran un perfil que administre sus cuentas de redes sociales, publique contenidos y gestione sus comunidades en línea.

También podrá ser parte de un equipo responsable de la transmisión de eventos por medios digitales, pudiendo ocupar distintos roles dentro del proceso, ya sea que impliquen posicionarse frente a la cámara o colaborar en la producción, ejerciendo tareas vinculadas con el soporte de sonido, video y transmisión en vivo.

Estará en condiciones de desempeñarse de manera independiente, construyendo su propia marca y monetizando sus proyectos a través de la creación de comunidades y contenidos en plataformas sociales. Asimismo, podrá trabajar en agencias de marketing y comunicación, en empresas de medios y productoras digitales o en medios de comunicación tradicionales, promoviendo espacios de comunicación digitales.

#### **4. Diseño del trayecto formativo**

##### **4.1. Capacidades profesionales asociadas al perfil de Creador/a de contenidos digitales**

El proceso de formación del/la Creador/a de contenidos digitales orientados a los habrá de organizarse en torno al desarrollo de un conjunto de capacidades profesionales que se corresponden con las funciones descriptas en el perfil profesional, a saber:

- Operar los programas informáticos necesarios para la transmisión de contenido en vivo.
- Analizar y seleccionar plataformas digitales para la transmisión de contenidos.
- Entender las características propias del sonido y del trabajo con y a partir de él.
- Definir y manipular de manera inicial los complementos sonoros (micrófonos, dispositivos de registros, etc.) necesarios para un correcto registro.
- Intervenir en la elaboración del registro sonoro dentro del alcance de su profesión.
- Utilizar herramientas digitales para la edición de contenido sonoro y audiovisual.
- Utilizar plataformas de transmisión de acuerdo con las características del contenido y los requerimientos específicos
- Intervenir en la confección de la imagen visual.
- Comprender las particularidades específicas y narrativas de la imagen.
- Comprender las particularidades de las diversas redes sociales para la creación de contenido específico.
- Analizar las características de la audiencia objetivo y adaptar el formato y estilo de los contenidos de acuerdo a las especificidades de la audiencia y a los requerimientos particulares de cada plataforma de streaming y red social.
- Analizar audiencias objetivo para adaptar los formatos y estilos de contenidos de contenidos digitales a sus características específicas.
- Aplicar técnicas de marketing digital para la creación de campañas publicitarias y la interacción con la audiencia.
- Interpretar requerimientos particulares del proyecto comunicacional para la realización del contenido.
- Producir contenido específico de acuerdo con objetivos publicitarios particulares.

- Participar en la creación y desarrollo de campañas de marketing digital.
- Interpretar y confeccionar guiones técnicos para la producción y transmisión de contenidos digitales.
- Desempeñar tareas específicas al rol asignado en el marco de un equipo de trabajo.
- Colaborar en la aplicación de técnicas de marketing y promoción, tanto para la venta de sus servicios como para la promoción de los eventos en los que intervenga.
- Establecer relaciones sociales de cooperación, coordinación e intercambio, tanto hacia el interior del propio equipo de trabajo, como en la relación con otros equipos de su ámbito profesional o de otros rubros que intervengan con sus actividades.

#### 4.2. Estructura modular del trayecto de Formación Profesional “Creador/a de contenidos digitales”

El trayecto formativo de Creador/a de contenidos digitales se compone de una serie de módulos comunes, de base y de gestión, que guardan correspondencia con el campo científico-tecnológico de la familia profesional de referencia, y módulos específicos que corresponden al perfil específico de este/a profesional. La estructura modular de este trayecto formativo se compone de la siguiente manera:

<b>MÓDULOS COMUNES</b>	<b>Horas reloj</b>
Elementos para la transmisión digital	64 hs
Relaciones laborales y orientación profesional	24 hs
Elementos sonoros	24 hs
Elementos visuales	24 hs
Estrategias de marketing digital	52 hs
<b>MÓDULOS ESPECÍFICOS</b>	<b>Horas reloj</b>
Planificación y producción de contenido para plataformas digitales	50 hs
Transmisión de contenidos digitales	52 hs
Edición de contenido digital	54 hs
<b>TOTAL</b>	<b>344 hs</b>

#### 4.3. Régimen pedagógico de cursado del trayecto de Formación Profesional de Creador/a de contenidos digitales

TABLA DE CORRELATIVIDADES	
Módulo	Correlatividad
Elementos para la transmisión digital	
Relaciones laborales y orientación profesional	
Elementos sonoros	
Estrategias de marketing digital	Elementos para la transmisión digital
Planificación y producción de contenido para plataformas digitales	Elementos para la transmisión digital
Transmisión de contenidos digitales	Elementos sonoros + Estrategias de marketing digital + Planificación y producción de contenido para plataformas digitales
Edición de contenido digital	Elementos sonoros + Estrategias de marketing digital + Planificación y producción de contenido para plataformas digitales

La trayectoria se inicia con el cursado obligatorio del módulo de base “Elementos para la transmisión digital”.

El cursado del módulo común “Relaciones Laborales y Orientación profesional” puede dictarse en simultáneo con “Elementos de transmisión digital”.

Los módulos comunes “Elementos sonoros” y “Elementos visuales” pueden dictarse en el segundo tramo junto con los módulos específicos.

Para el cursado del módulo común “Estrategias de marketing digital” y el módulo específico “Planificación y producción de contenido para plataformas digitales” es necesario haber cursado “Elementos para la transmisión digital”

Para el cursado de los módulos específicos “Transmisión de contenidos digitales” y “Edición de contenidos” es necesario haber cursado “Elementos sonoros”, “Estrategias de marketing digital” y “Planificación y producción de contenido para plataformas digitales”.

En la siguiente tabla se presenta una propuesta de implementación de módulos por tramos a modo de sugerencia:

TRAMO 1	TRAMO 2	TRAMO 3
Elementos para la transmisión digital	Elementos visual o Elementos sonoros	Transmisión de contenidos digitales
Relaciones laborales y orientación profesional	Estrategias de marketing digital	Edición de contenidos
Elementos visuales o Elementos sonoros	Planificación y producción de contenido para plataformas digitales	

#### 4.4. Definición de los módulos

Denominación del módulo: **Relaciones laborales y orientación profesional**

Carga Horaria: **24 horas Reloj**

Carga Horaria de Prácticas formativas de carácter profesionalizante: **3 horas Reloj**

##### **Presentación:**

El módulo común “Relaciones laborales y orientación profesional” tiene, como propósito general, contribuir a la formación de los/as estudiantes del ámbito de la Formación Profesional Inicial en tanto trabajadores/as, es decir sujetos que se inscriben en un sistema de relaciones laborales que les confiere un conjunto de derechos individuales y colectivos directamente relacionados con la actividad laboral.

La propuesta curricular selecciona un conjunto de conocimientos que combinan temáticas generales del derecho y las relaciones de trabajo con otro que intentan brindar, a los/as estudiantes, información relevante del sector de actividad profesional que es referencia del trayecto formativo específico aportando a la orientación profesional y formativa de los/as trabajadores/as

Para el presente módulo, y desde el punto de vista del contenido de la formación, se define para el agrupamiento, la selección y el tratamiento de los contenidos los siguientes bloques:

- **Derecho del trabajo y relaciones laborales**
- **Orientación profesional y formativa**

El bloque Derecho del trabajo y relaciones laborales tiene, como núcleos centrales, el contrato de trabajo y la negociación colectiva. A partir de ellos, se abordan conocimientos referidos a la dimensión legal del contrato de trabajo, los derechos que se derivan de la relación salarial y aquellos que se niegan mediante formas precarias del vínculo contractual; a la vez que las dimensiones que hacen al contrato de trabajo un hecho colectivo, que se constituye a través de instancias de representación, conflicto y acuerdo colectivo. Se brinda especial atención al conocimiento de los convenios colectivos sectoriales, que rigen en cada actividad.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

Este módulo se orienta al desarrollo de las siguiente capacidades profesionales, estando estas articuladas con las funciones que se describen en el alcalde del perfil profesional:

- Desempeñar tareas específicas al rol asignado en el marco de un equipo de trabajo.
- Establecer relaciones sociales de cooperación, coordinación e intercambio, tanto hacia el interior del propio equipo de trabajo, como en la relación con otros equipos de su ámbito profesional o de otros rubros que intervengan con sus actividades

### **Objetivos de aprendizaje del módulo**

Los objetivos de aprendizajes a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado del módulo, serán:

- Reconocer las normativas de aplicación en el establecimiento de contratos de trabajo en el sector, los componentes salariales del contrato y los derechos asociados al mismo.
- Reconocer y analizar las instancias de representación y negociación colectiva existentes en el sector, y los derechos individuales y colectivos involucrados en dichas instancias.
- Reconocer y analizar las regulaciones específicas de la actividad profesional en el sector, en aquellos casos en que existan tales regulaciones.

<b>BLOQUES DE CONTENIDOS</b>	<b>PRÁCTICAS FORMATIVAS</b>
<b>Bloque: Derechos del trabajo y relaciones laborales</b>  Representación y negociación colectiva. Sindicatos: características organizativas. Representación y organización sindical.	Analizar casos y situaciones problemáticas de las relaciones laborales en el sector profesional. <ul style="list-style-type: none"><li>• Se sugieren algunas temáticas</li></ul>

<p>El convenio colectivo como ámbito de las relaciones laborales. Concepto de paritarias. El papel de la formación profesional inicial y continua en las relaciones laborales.</p> <p>Contrato de trabajo: relación salarial. Trabajo registrado y no registrado. Modos de contratación. Flexibilización laboral y precarización. Seguridad social. Riesgos del trabajo y las ocupaciones. La formación profesional inicial y continua como derecho de los/as trabajadores/as. La formación profesional como dimensión de la negociación colectiva y las relaciones laborales.</p>	<p>que podrán estar presente en el o los casos y/o situaciones problemáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Conflicto salarial y/o condiciones de trabajo.</li> <li>○ Trabajo registrado / Trabajo no registrado.</li> <li>○ Flexibilización y precarización laboral.</li> <li>○ Condiciones y medio ambiente del trabajo.</li> <li>○ Ejercicio profesional y responsabilidades que se desprenden de las regulaciones de la actividad.</li> <li>○ Roles y trayectorias ocupaciones, y el papel de la FP inicial y continua en el sector profesional.</li> </ul>
<p><b>Bloque: Orientación profesional y formativa</b></p> <p>Sectores y subsectores de actividad principal que componen el sector profesional. Empresas: tipos y características. Rasgo central de las relaciones de empleo en el sector: ocupaciones y puestos de trabajo en el sector profesional: características cuantitativas y cualitativas. Mapa ocupacional. Trayectorias típicas y relaciones funcionales. Mapa formativo de la FP inicial y continua en el sector profesional y su correspondencia con roles ocupacionales de referencia. Regulaciones sobre el ejercicio profesional: habilitación profesional e incumbencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Las fuentes recomendadas para el tratamiento de las temáticas sugeridas y la selección de casos y/o situaciones problemáticas, podrían ser: material periodístico, estatutos sindicales, actas paritarias, convenio colectivo de trabajo, información estadística laboral y económica, documentos históricos, documentos normativos, entre otros.</li> </ul> <p>Elaboración de carpetas de antecedentes profesionales.</p> <p>Realizar actividades de archivo y organización de la información obtenida para una correcta presentación de los servicios a ofrecer.</p>



--	--

Denominación del módulo: **Elementos para la transmisión Digital**

Carga horaria total: **64 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **32 horas reloj**

### **Presentación:**

El módulo “Elementos para la transmisión digital” tiene como objetivo principal dotar a los/as estudiantes en saberes y habilidades necesarias para iniciar una transmisión de contenidos a través de plataformas digitales. Los/as estudiantes comprenderán el funcionamiento de los medios digitales y las herramientas técnicas involucradas, lo cual es esencial para aquellos que deseen desenvolverse en entornos profesionales donde las transmisiones en vivo juegan un rol central.

Los contenidos del espacio curricular articulan tanto una visión comunicacional como técnica sobre la creación de transmisiones en vivo. y se organizan en dos bloques:

- **Medios digitales**
- **Herramientas para la transmisión,**

El bloque “Medios digitales” se centra en la comprensión de los medios digitales y su rol en la transmisión de contenido. Los/as estudiantes explorarán las plataformas y redes sociales más utilizadas en la industria, analizando sus características funcionales y comunicacionales. Esto incluye cómo estas plataformas gestionan el contenido, cómo se estructuran las transmisiones y las opciones que ofrecen para interactuar con las audiencias. Además, se profundizará en el estudio de las audiencias, identificando los tipos de audiencia en función del contenido que consumen y sus expectativas, así como los criterios para la interacción efectiva.

El bloque “Herramientas para la transmisión” se enfoca en el aspecto técnico de la transmisión digital, abarcando las herramientas y recursos técnicos necesarios para realizar transmisiones de calidad. Los/as estudiantes aprenderán a configurar el equipo básico para la transmisión, como computadoras, cámaras, micrófonos, entre otros dispositivos esenciales para lograr una producción profesional. Además, se enseñarán las configuraciones técnicas necesarias para la transmisión en vivo, como la optimización de los recursos, la resolución de problemas técnicos, la gestión de la latencia y la estabilización de la conexión. Los/as estudiantes también se familiarizarán con software especializado como OBS Studio, que es esencial para controlar y personalizar las transmisiones.

El módulo ofrece una visión integral del proceso de transmisión digital, cubriendo desde el uso de los medios digitales hasta la configuración técnica necesaria para una transmisión efectiva. Estos dos bloques prepararán a los/as estudiantes para desenvolverse en el mundo de las

transmisiones en vivo con el conocimiento y las herramientas técnicas adecuadas para ofrecer contenido de calidad

Con relación a las prácticas profesionalizantes, se define como uno de los ejes estratégicos de la propuesta pedagógica para el ámbito de la FP, el situar al participante en los ámbitos reales o simulados de trabajo, con las problemáticas características de desempeño ocupacional/profesional.

Las prácticas formativas que se proponen para este módulo se organizan en torno a la presentación de casos característicos y situaciones problemáticas del sector profesional. Se espera que el trabajo con este tipo de prácticas permita el análisis y acercamiento a la complejidad de las temáticas propuestas, evitando de esta manera un abordaje netamente expositivo.

### **Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo “Elementos para la transmisión digital” recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de las/os estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Publicar y distribuir contenidos en plataformas digitales respetando requerimientos específicos.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

El conjunto de los saberes que se abordan en el presente módulo se orientan al desarrollo de las siguientes capacidades profesionales, articuladas en relación a las funciones que se describen en el perfil profesional.

- Manejar programas específicos para transmisión de contenidos en vivo.
- Definir y manipular de manera inicial los complementos sonoros (micrófonos, dispositivos de registros, etc.) necesarios para un correcto registro.
- Utilizar herramientas digitales para la edición de contenido sonoro y audiovisual.
- Utilizar plataformas de transmisión de acuerdo a las características del contenido y los requerimientos específico

### **Objetivos de aprendizaje**

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado de los serán:

- Reconocer los conceptos fundamentales de los medios digitales y su importancia en la transmisión de contenido.
- Identificar y clasificar las audiencias según su comportamiento y expectativas, desarrollando estrategias para captar nuevos espectadores y retener a los existentes

- Configurar el equipo básico necesario para la transmisión en vivo, incluyendo las configuraciones técnicas.
- Utilizar software especializado para la transmisión en vivo y gestionar transmisiones en múltiples plataformas simultáneamente.

BLOQUES DE CONTENIDOS	PRÁCTICAS FORMATIVAS
<p><b>Bloque: Medios digitales</b></p> <p>Los medios digitales: Plataformas y redes sociales . Características funcionales y comunicacionales</p> <p>Conceptos fundamentales de medios digitales.</p> <p>Importancia de los medios digitales en la transmisión de contenido.</p> <p>Plataformas de transmisión en la industria:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características funcionales de las principales.</li> <li>• Programas de afiliados/partners.</li> <li>• Plataformas emergentes: Características funcionales y comunicacionales de las plataformas:</li> </ul> <p>Gestión del contenido: algoritmos y tipos de contenido permitido.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuración de transmisiones: formatos y opciones.</li> <li>• Opciones de interacción con la audiencia: chat en vivo, encuestas, comandos.</li> </ul> <p>Tipos de audiencia y expectativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de audiencias según el contenido.</li> </ul>	<p>A partir de los requerimientos definidos por el equipo docente para el estudio de la transmisión digital y su uso en el ámbito de los medios digitales (por ejemplo, analizar las características funcionales y comunicacionales de diferentes plataformas), los/as estudiantes desarrollarán investigaciones y proyectos que aborden el uso de plataformas, la interacción con la audiencia y la creación de experiencias envolventes.</p> <p>Mediante estas prácticas, se espera que los/as estudiantes puedan:</p> <p>Analizar y comparar las principales plataformas de transmisión.</p> <p>Describir las características funcionales y comunicacionales de cada plataforma, incluyendo la gestión de contenido, opciones de transmisión e interacción con la audiencia.</p> <p>Crear y gestionar una transmisión en vivo, aplicando distintos formatos y opciones de interacción para evaluar el engagement de la audiencia.</p> <p>Clasificar y analizar las audiencias según el contenido, realizando un análisis demográfico y comportamental.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis demográfico y comportamental.</li> </ul>	
<p><b>Bloque: Herramientas para la transmisión</b></p> <p>Configuración del Equipo Básico para la Transmisión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadoras y componentes: especificaciones técnicas para transmisión.</li> <li>• Cámaras: tipos y configuraciones (webcams, DSLR/mirrorless).</li> <li>• Micrófonos: tipos y configuraciones (dinámicos, condensador, USB vs XLR).</li> <li>• Dispositivos móviles para la captura de audio-video y la transmisión en vivo: celulares, tablets.</li> <li>• Otros dispositivos esenciales: dispositivos de captura de video, interfaces de audio, mezcladores.</li> </ul> <p>Configuraciones Técnicas para la Transmisión en Vivo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimización de recursos: CPU, GPU, tasa de bits y resolución.</li> <li>• Resolución de problemas técnicos comunes durante la transmisión.</li> <li>• Gestión de la latencia: latencia baja, normal y ultra baja.</li> <li>• Estabilización de la conexión: conexión cableada, configuración de router, manejo del ancho de banda.</li> </ul>	<p>A partir de los requerimientos definidos por el equipo docente para el estudio de las herramientas para la transmisión, los/as estudiantes desarrollarán prácticas enfocadas en la configuración del equipo, optimización de los recursos técnicos, uso de software especializado y la integración de elementos visuales y auditivos.</p> <p>Mediante estas prácticas, se espera que los/as estudiantes puedan:</p> <p>Configurar una computadora con las especificaciones técnicas necesarias para realizar transmisiones de calidad, incluyendo CPU, GPU, y almacenamiento adecuado.</p> <p>Seleccionar y configurar diferentes tipos de cámaras (webcams, DSLR/mirrorless) para la transmisión, evaluando las ventajas de cada tipo.</p> <p>Configurar micrófonos de diferentes tipos (dinámicos, condensador, USB vs XLR), optimizando su calidad de audio para una transmisión.</p> <p>Integrar otros dispositivos esenciales para la transmisión, como dispositivos de captura de video, interfaces de audio y mezcladores, asegurando una correcta conexión y funcionamiento.</p> <p>Optimizar el uso de recursos (CPU, GPU) y ajustar la tasa de bits y resolución de la transmisión para garantizar la mejor calidad sin comprometer la estabilidad.</p> <p>Identificar y resolver problemas técnicos comunes durante una transmisión en vivo, como cortes de conexión, desfase de audio</p>

<p>Uso de Software Especializado para la Transmisión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalación, configuración inicial, creación de perfiles y escenas.</li> <li>• Control y personalización de las transmisiones: transiciones, efectos visuales, configuración de audio, uso de plugins.</li> <li>• Software alternativo para transmisiones</li> <li>• Herramientas adicionales de software: chatbots, software de moderación.</li> </ul> <p>Integración de Elementos Visuales y Auditivos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Overlays y gráficos: creación e integración.</li> <li>• Música y efectos de sonido: elección y configuración, derechos de autor.</li> <li>• Alertas interactivas: configuración de alertas para eventos importantes.</li> </ul> <p>Multiplataforma y Re-streaming</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de herramientas para transmitir en múltiples plataformas.</li> <li>• Ventajas y desafíos de transmitir en varios canales simultáneamente.</li> </ul>	<p>o baja calidad de video.</p> <p>Gestionar la latencia de la transmisión, eligiendo entre opciones de latencia baja, normal y ultra baja, según los objetivos del evento.</p> <p>Estabilizar la conexión de red para la transmisión, utilizando una conexión cableada, configurando el router y manejando el ancho de banda disponible.</p> <p>Instalar y configurar OBS Studio, incluyendo la creación de perfiles y escenas personalizadas para distintos tipos de eventos.</p> <p>Controlar y personalizar las transmisiones mediante el uso de transiciones, efectos visuales, configuración avanzada de audio y plugins disponibles para OBS.</p> <p>Evaluar y utilizar software alternativo para transmisiones, como Streamlabs OBS, vMix, y XSplit, para entender sus ventajas y limitaciones en diferentes contextos.</p> <p>Implementar herramientas adicionales de software, como chatbots y software de moderación, para mejorar la gestión del chat en vivo durante las transmisiones.</p> <p>Seleccionar y configurar música y efectos de sonido adecuados para la transmisión, asegurándose de cumplir con las normas de derechos de autor.</p> <p>Configurar alertas interactivas para eventos importantes, como suscripciones, donaciones o interacciones destacadas, con el fin de fomentar la participación de la audiencia.</p> <p>Utilizar herramientas de re-streaming para transmitir en múltiples plataformas simultáneamente, como YouTube y Twitch.</p> <p>Evaluar las ventajas y desafíos de</p>
---	--

	transmitir en varios canales al mismo tiempo, como la gestión de la interacción con la audiencia y la estabilidad de la conexión.
--	---

Denominación del módulo: **Elementos sonoros**

Carga horaria total: **24 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **15 horas reloj**

### **Presentación:**

El espacio curricular Elementos sonoros es un módulo común, correspondiente a distintos trayectos formativos dentro de la familia profesional de Industrias gráfica, publicitaria y multimedial. Integra contenidos y desarrolla prácticas formativas vinculadas a los saberes fundamentales referidos a los principios sonoros y a sus vínculos con el audiovisual. Un segundo aspecto abordado en este módulo refiere a las características formales y procedimentales iniciales para el registro y la manipulación del sonido.

Para el presente módulo, y desde el punto de vista del contenido de la formación, se define la selección y el tratamiento de los siguientes contenido, presentados en tres bloques:

- **Percepción sonora**
- **Técnicas de grabación**
- **Recursos expresivos**

El bloque Percepción sonora selecciona conocimientos relacionados con la percepción del sonido, los saberes y las habilidades vinculadas con las cualidades del sonido, la escucha y la fuente sonora. El abordaje de estos contenidos se realiza desde una aproximación teórico-práctica que permite apropiarse de las nociones vinculadas con las características y las cualidades del sonido, como saberes iniciales para el trabajo con el elemento sonoro.

El bloque Técnicas de grabación agrupa conocimientos en relación con los saberes y las habilidades relacionadas con los elementos y los recursos específicos involucrados en el registro sonoro, y con las características del sonido desde el aspecto del registro. Este bloque incorpora prácticas vinculadas con la exploración del registro, la indagación de los recursos, y la experimentación práctica de la captura y la manipulación del sonido.

Por último, el bloque Recursos expresivos, se centra en el abordaje inicial de las funciones expresivas que el sonido y la banda sonora otorgan al relato audiovisual. En este bloque se realizan prácticas tendientes a la indagación y el reconocimiento de los elementos sonoros, y los saberes abordados en los bloques anteriores puestos en práctica, a partir de la escucha y la visualización de fragmentos audiovisuales.

**Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo Elementos sonoros recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de las/os estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Elaborar contenido digital original para audiencias específicas.
- Escribir, grabar y editar contenido para su distribución en plataformas digitales

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

En conjunto, los saberes que se abordan en el presente módulo se articulan con las especificidades en torno a la generación y al trabajo con elementos del sonido, en particular con las siguientes capacidades profesionales referidas al perfil profesional:

- Entender las características propias del sonido, y del trabajo con y a partir de él.
- Definir y manipular de manera inicial los complementos sonoros(micrófonos, dispositivos de registro, etc.) necesarios para un correcto registro.
- Intervenir en la elaboración del registro sonoro dentro del alcance de su profesión.

En el cursado del módulo los/as estudiantes realizarán prácticas formativas:

- En la identificación, escucha y análisis de los elementos sonoros, abordando sus características, cualidades y funciones, como recursos propios y como elemento en relación con lo audiovisual.
- En la exploración y experimentación práctica sobre lo sonoro, a partir de los elementos, categorías, principios y parámetros constitutivos del sonido.

### **Objetivos de aprendizaje del módulo**

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado del módulo, serán:

- Identificar elementos, conceptos y procedimientos dentro del proceso de registro del sonido y la manipulación sonora.
- Identificar y analizar características generales acerca de las categorías sonoras y los recursos expresivos del sonido

BLOQUES DE CONTENIDOS	PRÁCTICAS FORMATIVAS
<b>Bloque: Percepción sonora</b> Cualidades del sonido: frecuencia,	Explorar y escuchar diferentes sonidos, indicando las cualidades particulares de cada uno de ellos.

<p>amplitud, espectro, envolvente. Altura, intensidad, timbre. Duración, espacio. Fase, período y ciclo.</p> <p>Tipo de escucha: acústica, escucha directa. Punto de escucha. Fuente sonora. Unidades de medida: decibeles y hertz.</p>	<p>Registrar y explorar las cualidades sonoras de diversos elementos sonoros.</p> <p>Realizar tomas con distintos tipos de micrófonos, identificando su tipo, su respuesta en frecuencia y su patrón polar.</p>
<p><b>Bloque: Técnicas de grabación</b></p> <p>Micrófonos: tipos (condensador y dinámicos) Patrones polares de los micrófonos (omnidireccional, cardioide, supercardioide, hipercardioide, y bidireccional), y respuesta en frecuencia. Rango dinámico, niveles operacionales, conectores y cables. Escalas sonora de medición. Instrumentos de medida: VU meter (vumetro), peak meter (medidor de picos digital).</p>	<p>Realizar el conexionado y toma de nivel identificando problemas inherentes al rango dinámico (ruido, distorsión).</p> <p>Realizar una visualización comparativa de fragmentos audiovisuales con y sin sonido.</p> <p>Realizar una escucha comparando distintos fragmentos audiovisuales sin imagen.</p> <p>Visualizar y escuchar fragmentos audiovisuales correspondientes a distintos géneros para su comparación desde el punto de vista del sonido.</p>
<p><b>Bloque: Recursos expresivos</b></p> <p>Elementos y fenómenos sonoros: ruidos (naturales, mecánicos, humanos) música, silencio.</p> <p>Elementos de la banda sonora: ambiente, foleys, diálogos (on/off), efectos sonoros, música (diegética - extradiegética) Características y funciones propias del sonido en la televisión y el cine, y otros medios.</p>	

Denominación del módulo: **Elementos visuales**

Carga horaria total: **24 horas reloj**



Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **15 horas reloj**

### **Presentación:**

El espacio curricular “Elementos visuales” se constituye como un módulo de base, que integra contenidos y desarrolla habilidades vinculadas a saberes fundamentales referidos a principios visuales para la generación de imágenes fijas y en movimiento. Un segundo aspecto abordado en el módulo refiere a las características formales y procedimentales iniciales para la generación de esas imágenes

Este módulo aborda estos desafíos y se estructura en tres bloques de contenidos:

- **Composición**
- **Espacio visual**
- **Lenguaje visual**

En el bloque “Composición”, selecciona saberes y conocimientos relacionados con los principios y fundamentos de la construcción de la imagen, ya sea fija o en movimiento. El abordaje de estos contenidos se realiza desde una aproximación teórico-práctica, que permite apropiarse de las nociones básicas que conforman la composición visual.

Por su parte, el bloque “Espacio visual” selecciona saberes y habilidades para la generación de imágenes, ya sea fijas o en movimiento, incluyendo un conjunto de saberes de base sobre aspectos relacionados con la organización y construcción del espacio visual y las variables intervinientes, a partir de las herramientas propias del sector (cámaras, objetivos fotográficos, luces, etc.). Se desarrollan prácticas relacionadas con la experimentación en la realización de imágenes fijas y en movimiento.

Por último, en el bloque “Lenguaje visual” se centra en los tipos de relaciones de la imagen con otras disciplinas visuales, sus usos y sus funciones en forma y en la comunicación, En este bloque se realizan prácticas tendientes a la observación e indagación sobre las imágenes.

### **Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo Elementos visuales recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de los/as estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Elaborar contenido digital original para audiencias específicas.
- Escribir, grabar y editar contenido para su distribución en plataformas digitales.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

El conjunto de los saberes que se abordan en el presente módulo se orientan al desarrollo de las siguientes capacidades profesionales, articuladas en relación a las funciones que se describen en el perfil profesional.

- Intervenir en la confección de la imagen visual.
- Comprender las particularidades específicas y narrativas de la imagen.

### Objetivos de aprendizaje

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado serán:

- Identificar y analizar características generales sobre los principios y los fundamentos compositivos de la imagen.
- Identificar y aplicar los elementos, las herramientas formales y los saberes procedimentales, en el proceso de la elaboración de una imagen fija o en movimiento.

BLOQUES DE CONTENIDOS	PRÁCTICAS FORMATIVAS
<p><b>Bloque: Composición</b></p> <p>Composición de la imagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos</li> <li>• Formas</li> <li>• Color</li> <li>• Texturas</li> <li>• Iluminación</li> </ul> <p>Fundamentos de la composición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntos</li> <li>• Fuentes</li> <li>• Equilibrio</li> </ul> <p>Imagen fija. Imagen en movimiento.</p>	<p>Observar imágenes fijas identificando tipo de encuadre, valor de planos, angulación, altura, posición de cámara y punto de vista.</p> <p>Generar imágenes fijas a partir de distintos criterios de trabajo con el espacio visual y la composición.</p> <p>Generar imágenes en movimiento a partir de distintos criterios de trabajo con el espacio visual y la composición.</p> <p>Visualizar ejemplos pictóricos e historietas, analizando y comparando distintas imágenes con la pintura e historietas.</p>
<p><b>Bloque Espacios visual</b></p> <p>Formato/aspecto de ratio. Encuadre. Planos: tipos y valores de plano, posiciones de cámara (angulación, altura, movimientos de cámara)</p>	<p>Comparar imágenes fijas y/o escenas de piezas audiovisuales de diferentes tipos y géneros.</p> <p>Generar una imagen que explore las posibles relaciones con una pintura, una secuencia de historietas o una imagen</p>

Objetivos fotográficos (normal, angular, teleobjetivo).  Luces (natural-artificial / alta luz-baja luz). Punto de vista	audiovisual.
<b>Bloque: Lenguaje visual</b>  Aportes de la pintura y la historieta. Tipos de imagen: periodística, publicitaria, retrato, paisaje, experimental, social, cinematográfica - ficción, documental, televisiva.	

Denominación del módulo: **Estrategias de marketing digital**

Carga horaria total: **52 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **30 horas reloj**

### **Presentación:**

En un mundo cada vez más digitalizado y competitivo, la efectividad de una estrategia de marketing depende de una planificación sólida, el uso eficiente de plataformas digitales, y la capacidad de generar ingresos y mantener el compromiso y lealtad de la audiencia. En este sentido, el módulo “Estrategias de marketing digital” está diseñado para proporcionar a los/as estudiantes un conocimiento práctico sobre cómo desarrollar estrategias de marketing que se adapten a las características de diferentes sectores y audiencias haciendo uso de diversas plataformas de comunicación digital. Asimismo, se abordarán estrategias para monetizar los contenidos desarrollados por diversos mecanismos.

Este módulo aborda estos desafíos y se estructura en tres bloques:

- **Monetización de contenidos**
- **Uso de redes sociales con fines publicitarios**
- **Análisis de audiencias y posicionamiento**
- **Planificación de estrategias de marketing digital**

En el bloque Monetización de Contenidos, los/as estudiantes se enfocarán en las formas de generar ingresos a través del marketing digital, incluyendo publicidad, suscripciones, contenido patrocinado y donaciones. Aprenderán a identificar las oportunidades de monetización más

adecuadas para cada tipo de contenido y a integrarlas de manera orgánica, optimizando la experiencia del usuario y la rentabilidad de las estrategias.

Las redes sociales son herramientas clave para la promoción de la marca y/o producto o servicio, ya que permiten llegar a grandes audiencias de manera directa y personalizada. El bloque “Uso de redes sociales con fines publicitarios” proporciona a los/as estudiantes una comprensión profunda de cómo utilizar plataformas como YouTube, Twitch, Instagram y TikTok con fines publicitarios, diseñando campañas publicitarias que generen engagement y aumenten la visibilidad. En este sentido, el uso adecuado de las redes sociales fortalece la relación con el público y fomenta la participación activa.

El bloque “Análisis de audiencias y posicionamiento” aborda un conjunto de saberes, conocimientos y habilidades para la realización de procesos de identificación de audiencia objetivo y para el análisis de dichas audiencias. Se incluyen los métodos de segmentación, la investigación y el análisis del comportamiento de los/a usuarios/as en diferentes plataformas y la observación de las tendencias en diferentes redes sociales. Además, se aprenderán técnicas de optimización de los sitios web o contenidos digitales para mejorar el posicionamiento y la visibilidad en los motores de búsqueda.

En el bloque de “Planificación de estrategias de marketing digital” los/as estudiantes aprenderán a diseñar y planificar estrategias de marketing digital que se ajusten a las características del público destinatario, los objetivos de la marca y/o producto o servicio y los recursos disponibles. El enfoque estará en cómo definir correctamente los objetivos y seleccionar las tácticas más efectivas para alcanzarlos, desde la creación de contenido hasta la medición de resultados. En este sentido, los/as estudiantes aprenderán a diseñar campañas publicitarias dirigidas a audiencias específicas.

Cada bloque está diseñado para complementar los demás, ofreciendo un panorama completo sobre cómo gestionar la visibilidad y el éxito financiero mediante el marketing digital.

Con relación a las prácticas profesionalizantes, se define como uno de los ejes estratégicos de la propuesta pedagógica para el ámbito de la FP, el situar al participante en los ámbitos reales o simulados de trabajo, con las problemáticas características de desempeño ocupacional/profesional.

El módulo incluye prácticas formativas basadas en situaciones reales o simuladas del entorno digital. Los/as estudiantes trabajarán con casos específicos para desarrollar estrategias completas que incluyan la planificación de campañas, el uso de herramientas analíticas y la optimización de resultados. Este enfoque práctico les permitirá adquirir habilidades directamente aplicables al mercado laboral.

### **Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo Estrategias de Marketing digital recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de los/as estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Participar en el armado de la promoción, colaborando con el equipo de marketing para identificar el público objetivo.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

El conjunto de los saberes que se abordan en el presente módulo se orientan al desarrollo de las siguientes capacidades profesionales, articuladas en relación a las funciones que se describen en el perfil profesional.

- Analizar audiencias objetivo para adaptar los formatos y estilos de contenidos digitales a sus características específicas.
- Identificar las características de la audiencia objetivo y adaptar el formato y estilo de los contenidos de acuerdo a las especificidades e intereses de la audiencia y a los requerimientos particulares de cada plataforma de streaming y red social.
- Colaborar en la aplicación de técnicas de marketing y promoción para la venta de servicios en los que intervengan.
- Aplicar técnicas de marketing digital para la creación de campañas publicitarias y la interacción con la audiencia.

### **Objetivos de aprendizaje**

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado serán:

- Definir los objetivos de una estrategia de marketing digital, estableciendo metas claras y medibles.
- Segmentar audiencias de manera efectiva para personalizar campañas publicitarias y de contenido.
- Seleccionar las plataformas digitales adecuadas para la promoción de productos o servicios, adaptando las estrategias a cada red social y sus particularidades.
- Aplicar técnicas de monetización y publicidad digital para maximizar ingresos y asegurar la sostenibilidad de las estrategias a largo plazo.
- Identificar las características de la audiencia objetivo y adaptar los contenidos de acuerdo sus especificidades e intereses y a los requerimientos particulares de las plataformas de streaming y las redes sociales.

<b>BLOQUES DE CONTENIDOS</b>	<b>PRÁCTICAS FORMATIVAS</b>
------------------------------	-----------------------------

<p><b>Bloque: Planificación de estrategias de marketing</b></p> <p>Definición de objetivos de marketing: metas, KPIs, retorno de inversión.</p> <p>Desarrollo de estrategias alineadas con los propósitos de la marca/producto: tácticas, marketing directo, email marketing.</p> <p>Evaluación de intereses y comportamientos de la audiencia: análisis demográfico, patrones de consumo, herramientas analíticas.</p> <p>Diseños de campañas publicitarias ajustadas a las audiencias de cada plataforma: formato, estilo, segmentación.</p> <p>Creación de campañas personalizadas: mensajes, contenido visual, ajuste según segmento.</p>	<p>A partir de los requerimientos definidos por el equipo docente para el desarrollo de un proyecto de marketing digital para una marca, producto o servicio, los/as estudiantes trabajarán en la planificación de estrategias para garantizar el éxito del proyecto. Mediante estas prácticas, se espera que los/as estudiantes puedan:</p> <p>Desarrollar una estrategia de marketing integral para la marca, producto o servicio, considerando sus objetivos principales (aumentar la visibilidad, atraer clientes potenciales, generar ventas o leads).</p> <p>Analizar la audiencia objetivo, segmentando a los clientes potenciales en función de su comportamiento de compra, intereses y datos demográficos.</p> <p>Crear una campaña publicitaria ajustada a las principales plataformas de redes sociales (YouTube, Instagram, TikTok) para promocionar una marca, producto y/o servicio, adaptando el formato de mensaje a los requerimientos de cada plataforma según las características de la audiencia.</p> <p>Proponer ajustes en las estrategias de marketing digital para adaptarlas a diferentes grupos demográficos, optimizando la efectividad de las campañas en función de los diferentes segmentos de audiencia.</p>
<p><b>Bloque: Análisis de audiencia y posicionamiento</b></p> <p>Identificación y análisis de audiencias: herramientas analíticas y métodos de segmentación por perfiles: demográfico, psicográfico, comportamiento en línea y geográfico, entre otros.</p>	<p>Investigar diversas prácticas sobre el comportamiento de las audiencias en distintas redes sociales y plataformas streaming.</p> <p>Analizar la audiencia objetivo para una marca ficticia, segmentando a los clientes potenciales en función de sus intereses, su comportamiento en línea, sus patrones de</p>

<p>Definición de audiencia objetivo.</p> <p>Evaluación de intereses, tendencias y temáticas vigentes en redes sociales al momento de la creación y publicación de cada contenido (Social Media Listening). Análisis de los comportamientos de la audiencia y los patrones de consumo en las plataformas digitales..</p> <p>Estrategias de optimización de contenido. Visibilidad y posicionamiento en los principales motores de búsqueda. Técnicas de SEO y SEM.</p>	<p>consumo, datos demográficos y psicográficos.</p> <p>Crear perfiles de audiencia para la elaboración de contenidos en redes sociales, blogs y/o plataformas de streaming, basados en los análisis realizados.</p> <p>Determinar el conjunto de estrategias adecuadas para la optimización del contenido en relación con los propósitos que se desprenden del análisis de la audiencia para mejorar la visibilidad y el posicionamiento.</p>
<p><b>Bloque: Uso de redes sociales con fines publicitarios</b></p> <p>Análisis de principales plataformas para la publicidad y promoción</p> <p>Diseño de campañas ajustadas a las audiencias de cada plataforma: formatos, estilo, segmentación.</p> <p>Implementación de campañas pagadas y orgánicas: anuncios, contenido generado por usuarios, promoción cruzada.</p> <p>Estrategias de interacción con la audiencia: encuestas, sorteos, contenido exclusivo, interacción en vivo.</p> <p>Construcción de comunidades en torno a la marca/producto: foros, grupos dedicados, contenido constante.</p>	<p>Crear una campaña publicitaria ajustada a las principales plataformas de redes sociales para promocionar una marca, producto o servicio, adaptando el formato y mensaje a cada plataforma según las características de la audiencia.</p> <p>Comparar y seleccionar las plataformas más efectivas para promover una marca, producto o servicio, detallando el alcance, el tipo de audiencia y el contenido más adecuado para cada una, maximizando el impacto y la visibilidad.</p> <p>Desarrollar estrategias para aumentar el engagement de la audiencia antes, durante y después de una campaña, utilizando herramientas como encuestas interactivas, sorteos y contenido que invite a la participación activa (comentarios, likes, compartidos).</p>

<p><b>Bloque: Monetización de contenidos</b></p> <p>Estrategias para fomentar la suscripción a servicios premium o exclusivos: contenido exclusivo, acceso anticipado, beneficios adicionales.</p> <p>Modelos de publicidad aplicables a marcas/productos: patrocinios, banners, publicidad en redes sociales, integración sin interrupciones.</p> <p>Monetización a través de contenido digital: plataformas de suscripción, colaboraciones con influencers, publicidad nativa.</p>	<p>Integrar plataformas de donación o crowdfunding en un proyecto de marca, producto o servicio, evaluando las opciones disponibles para maximizar las contribuciones de clientes, seguidores o patrocinadores interesados en apoyar el proyecto.</p> <p>Desarrollar una estrategia de suscripciones premium, ofreciendo contenido exclusivo, acceso anticipado o experiencias especiales para quienes paguen una tarifa adicional, generando ingresos recurrentes para la marca o servicio.</p> <p>Diseñar un modelo de publicidad, optimizando la visibilidad de los patrocinadores o socios estratégicos en campañas de marketing digital, redes sociales o en sitios web, sin comprometer la experiencia del usuario o la calidad del contenido.</p>
--	--

Denominación del módulo: **Planificación y producción de contenido para plataformas digitales**

Carga horaria total: **50 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **25 horas reloj**

### **Presentación:**

El módulo “Planificación y producción de contenidos para plataformas digitales” es específico del trayecto de “Creador/a de contenidos digitales”, debido a su relevancia dentro del proceso de comprensión y ejecución de estrategias de comunicación digital. Propone el desarrollo de las capacidades profesionales necesarias para estructurar, organizar y gestionar las estrategias para la creación y publicación o transmisión de contenidos digitales adaptados a diversas plataformas, como redes sociales, blogs y plataformas de streaming, entre otras.

Los contenidos de este módulo se enfocan en los fundamentos de la planificación estratégica del contenido digital; la gestión eficiente de equipos y recursos tecnológicos; la creación de cronogramas de tareas y guiones adaptados a diferentes medios; y el uso de herramientas de análisis de métricas para evaluar y optimizar el impacto del contenido. En conjunto, estos saberes



se articulan con las características y particularidades de la planificación y producción de contenido digital para diversas plataformas.

Para el presente módulo, y desde el punto de vista del contenido de la formación, se define la selección y el tratamiento de los siguientes contenidos, presentados en tres bloques:

- **Planificación estratégica de contenidos digitales**
- **Contenidos para redes sociales**
- **Contenidos para plataformas de streaming**

En el bloque “Planificación estratégica de contenidos digitales” se abordan los principios básicos de la planificación como herramienta estratégica, los fundamentos de la comunicación digital y los tipos de contenidos. Para cerrar el bloque, se propone la gestión de equipos y recursos en proyectos de comunicación y la creación de calendarios editoriales.

Por su parte, en el bloque “Contenidos para redes sociales” se trabaja en la optimización del contenido para estos espacios, definiendo los objetivos comunicacionales específicos para estos medios y elaborando el guión técnico para producciones audiovisuales.

En cuanto al bloque “Contenidos para plataformas de streaming” también se propone la definición de objetivos comunicacionales pero adaptados a este tipo de plataformas, la optimización de estrategias, diferenciando aquellas necesarias para una transmisión con y sin contenidos pregrabados, y culminando con la construcción del guión técnico para producciones de streaming.

### **Funciones del perfil profesional las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo “Planificación y producción de contenidos para plataformas digitales” recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de los/as estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Elaborar contenido digital original para audiencias específicas.
- Escribir, grabar y editar contenido para su distribución en plataformas digitales
- Desarrollar estrategias para la captación de auspiciantes y monetización del contenido contemplando las características de las audiencias.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

Los saberes que se abordan en el presente módulo se articulan con las especificidades en torno a planificación de los contenidos para diversas plataformas de comunicación digital, en particular con las siguientes capacidades profesionales referidas al perfil profesional:

- Planificar estrategias de contenido digital coherentes y adaptables a diferentes plataformas, que estén orientadas al logro de objetivos publicitarios o comunicacionales específicos.

- Gestionar equipos para optimizar la producción de contenidos digitales, comprendiendo los roles y tareas específicas requeridas en la realización de proyectos de transmisión y producción audiovisual.
- Comprender las particularidades de las redes sociales para la creación de contenido específico.
- Elaborar guiones técnicos para la producción de contenidos digitales y audiovisuales pregrabados y en vivo, considerando tanto aspectos visuales como sonoros.
- Utilizar redes y plataformas de transmisión de acuerdo a las características del contenido y los requerimientos específicos.
- Evaluar el rendimiento del contenido mediante métricas y retroalimentación de las plataformas digitales, ajustando estrategias para mejorar el posicionamiento de marcas y clientes.
- Revisar los resultados de las métricas para determinar la efectividad de las campañas digitales y la interacción con las audiencias.

### Objetivos de aprendizaje

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado serán:

- Optimizar proyectos de comunicación digital mediante la planificación adaptada a diferentes plataformas de streaming y redes sociales.
- Elaborar guiones técnicos que respondan a los objetivos comunicacionales de un proyecto de comunicación digital.
- Evaluar la gestión de la interacción con las audiencias de redes y streaming, en un proyecto de comunicación digital.

BLOQUES DE CONTENIDOS	PRÁCTICAS FORMATIVAS
<p><b>Bloque: Planificación estratégica de contenidos digitales</b></p> <p>La planificación como herramienta estratégica: definición de objetivos. Principios básicos de la comunicación digital. Análisis del ecosistema digital: redes sociales, blogs, plataformas de streaming y sus características. Tipos de contenido digital: texto, imagen, video, audio. Proceso de planificación y adaptación de</p>	<p>Analizar y reflexionar colectivamente en torno a casos reales sobre estrategias de contenido en diferentes plataformas digitales, identificando los objetivos; el uso de tipos y estilos comunicacionales (texto, imagen y video, etc.) y su adaptación a distintos medios digitales y plataformas. Evaluación de la efectividad según los principios de planificación de diversos ejemplos de estrategias de comunicación digital.</p> <p>Análisis de campañas de producción de</p>

<p>contenido para diversos medios y plataformas.</p> <p>Gestión estratégica: equipos y roles en la producción audiovisual. Asignación de tareas, coordinación y gestión de equipos para la creación de contenido. Creación de calendarios editoriales: estructura y herramientas de organización. Tipos de guiones (literario, técnico, storyboard, etc). y sus usos para la comunicación digital.</p>	<p>videojuegos o deportes electrónicos, para evaluar el uso de recursos tecnológicos y humanos; revisar el diseño y uso de calendarios y guiones.</p> <p>Simular una producción en equipo de una campaña ficticia de comunicación sobre videojuegos o deportes electrónicos, asignando roles y tareas a los miembros del grupo.</p> <p>Crear un calendario editorial que incluya las publicaciones planificadas para redes sociales, blogs y plataformas de streaming para la campaña.</p>
<p><b>Bloque: Contenidos para redes sociales</b></p> <p>El consumo asincrónico y los hábitos de los usuarios de las diversas redes sociales para la distribución de contenidos. Los códigos de comunicación y lenguajes particulares de cada plataforma. Adecuación de los objetivos a estas características para la planificación de campañas destinadas a redes sociales.</p> <p>Plan de optimización de piezas de contenido audiovisual breve y de alto impacto (imágenes, videos, GIFs, audio, etc.), ajustando el formato, duración y estilo según las limitaciones y características de cada red social. Uso de diversos formatos como stories, reels, publicaciones patrocinadas, etc. Adaptación a las diferentes plataformas.</p> <p>Captar la atención de los usuarios de las redes sociales. El guión técnico para el diseño de</p>	<p>Crear un plan de publicaciones para la campaña ficticia ya calendarizada para redes sociales (Instagram, TikTok, etc.), adaptando formatos de texto, imagen y video. Comparación práctica de cómo el contenido se adapta en diferentes redes según sus características técnicas y comunicacionales. Elaboración de guiones técnicos para videos cortos que se publicarán en esas redes, indicando planos, efectos y sonido. Análisis de resultados de la interacción con las audiencias (nociones de métricas).</p> <p>Escribir contenidos para redes utilizando las técnicas de redacción más adecuadas para cada plataforma.</p> <p>Elaborar guiones técnicos para videos cortos que se publicarán en esas redes, indicando planos, efectos y sonidos.</p> <p>Evaluar resultados de publicaciones: visibilidad del contenido, interacción con las audiencias. Analizar las métricas para optimizar el impacto del contenido.</p>

<p>contenidos audiovisuales breves, directos y de alto impacto. estructuras narrativas que mantengan el interés de la audiencia.</p> <p>Técnicas de redacción de contenido digital (redacción SEO, UX writing) y redacción específica para redes (copywriting, storytelling, hashtags)</p> <p>Plan para el diseño de contenidos con llamados a la acción (CTAs) que impulsen reacciones, comentarios y share a lo largo del tiempo. Uso de estrategias de interacción con las audiencias como hashtags y respuestas rápidas para fomentar la viralidad y el engagement constante en redes sociales.</p> <p>Evaluación de resultados. Análisis de métricas (nociones generales). Resultados de interacción con las audiencias.</p>	
<p><b>Bloque: Contenidos para plataformas de streaming</b></p> <p>Definición de los objetivos comunicacionales para campañas en streaming, tanto para transmisiones en vivo como híbridas (en vivo y pregrabadas).</p> <p>Optimización de estrategias para transmisiones en vivo y contenidos pregrabados: planificación técnica y logística necesaria para mantener la calidad de las transmisiones en vivo (estabilidad de la conexión, uso de herramientas de transmisión en tiempo real, incorporación eficiente de contenidos pregrabados y otras).</p> <p>El guión técnico para transmisiones</p>	<p>Planificar una transmisión en vivo para la campaña ya calendarizada, incluyendo la definición de los objetivos, el guión técnico y la logística de producción. Experimentación práctica en la configuración y optimización de la transmisión en vivo con y sin integración de contenidos pregrabados, utilizando plataformas de streaming como YouTube, Twitch y otras, y considerando aspectos técnicos como calidad de video, audio y gráficos. Evaluación comparativa con transmisiones exitosas, analizando los resultados de la gestión de la interacción con las audiencias.</p>

<p>en vivo: definición y coordinación del flujo de la información y los momentos clave. Uso de señales para cambios de cámara, pausas, inserciones en directo y otras acciones necesarias para la optimización del evento de streaming. Diseño flexible y anticipatorio que permita cubrir imprevistos durante la transmisión.</p>	
--	--

Denominación del módulo: **Edición de contenido digital**

Carga horaria total: **54 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **40 horas reloj**

### **Presentación:**

El módulo “Edición de contenido digital” es específico del trayecto de “Creador/a de Contenidos Digitales”, debido a su relevancia dentro del proceso de creación de contenido digital. Su objetivo principal es que los/as estudiantes puedan desarrollar los conocimientos y habilidades necesarias para la postproducción de contenido audiovisual, abarcando tanto la imagen como el sonido. Para ello, trabajará con herramientas y técnicas de optimización de calidad que permitan adecuar los materiales a los requisitos técnicos y estéticos de las diversas plataformas y medios de distribución.

Los contenidos del módulo están diseñados para desarrollar las capacidades relacionadas con la edición de video e imagen, la manipulación y edición de sonido, y la integración de ambos en un producto coherente y profesional. En ese proceso, hace especial hincapié en el uso de software específico para la postproducción de imagen y sonido y la optimización de recursos técnicos para mejorar la calidad de la transmisión para diversas plataformas.

Para el presente módulo, y desde el punto de vista del contenido de la formación, se define la selección y el tratamiento de los siguientes contenidos, presentados en tres bloques:

- **Fundamentos para la edición de contenidos digitales**
- **Edición de imagen estática y en movimiento**
- **Edición de sonido**

En el bloque “Fundamentos para la edición de contenidos digitales” se abordan los conceptos básicos sobre la edición de contenidos digitales y su importancia en la narrativa audiovisual. En este espacio, los/las estudiantes se aproximan al conocimiento de los criterios técnicos y estéticos que permiten la integración de la imagen y el sonido y la optimización de la calidad de la publicación y/o transmisión según los recursos técnicos disponibles.

Por su parte, en el bloque “Edición de imagen estática y en movimiento” se trabaja con las estrategias y técnicas de postproducción de imagen, utilizando software especializado para la edición visual. Para ello, los/as estudiantes exploran el uso de efectos y transiciones, las correcciones de color y otras. Asimismo, experimentan con el uso de herramientas de IA para optimizar el proceso creativo.

En cuanto al bloque “Edición de sonido” se propone el enfoque en la edición de sonido mediante la utilización de programas especializados para la edición de audio, que permiten aplicar efectos, realizar mezclas y finalmente, sincronizar el sonido con la imagen. En este espacio también utilizan experimentalmente la IA para mejorar la calidad sonora de las producciones.

### **Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo “Edición de contenido digital” recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de los/as estudiantes, en particular con las funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Escribir, grabar y editar contenido para su distribución en plataformas digitales.
- Publicar y distribuir contenidos en plataformas digitales respetando requerimientos específicos.

### **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

Los saberes que se abordan en el presente módulo se articulan con las especificidades en torno los procesos de edición de contenidos audiovisuales para plataformas digitales, en particular con las siguientes capacidades profesionales referidas al perfil profesional:

- Seleccionar y utilizar profesionalmente el software especializado para la postproducción de contenidos digitales.
- Adecuar los contenidos audiovisuales a diversas plataformas, mediante la edición de imagen y sonido, aplicando criterios técnicos y creativos para potenciar el mensaje.
- Sincronizar la imagen y el sonido de las producciones audiovisuales para una mejor experiencia de usuario.
- Optimizar la calidad técnica del contenido audiovisual para favorecer su correcta publicación y/o transmisión en plataformas digitales.
- Ajustar la postproducción de contenidos digitales en función de los recursos técnicos disponibles y las características del medio de distribución.

### **Objetivos de aprendizaje**

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado serán:

- Utilizar herramientas digitales específicas de edición de video y sonido para la creación de productos audiovisuales destinados a diversas plataformas.

- Optimizar la postproducción de contenidos digitales para redes sociales y/o streaming, con el propósito de mejorar la calidad de la imagen y el sonido.
- Aplicar criterios de edición que respondan a las necesidades del proyecto y las características del medio de distribución, asegurando una correcta publicación y/o transmisión del contenido audiovisual.

BLOQUES DE CONTENIDOS	PRÁCTICAS FORMATIVAS
<p><b>Bloque: Fundamentos para la edición de contenidos digitales</b></p> <p>Conceptualización de la edición de contenidos digitales: en qué consiste y cuál es su importancia en la narrativa audiovisual.</p> <p>Criterios técnicos y estéticos para la edición de contenido digital. La relación entre la imagen y el sonido; su integración en el proceso de edición.</p> <p>Optimización de la calidad de transmisión según recursos técnicos. Factores que influyen en la calidad y cómo optimizarlos con los recursos disponibles adecuándolos a la/s plataforma/s de distribución.</p>	<p>Observar y analizar diferentes producciones audiovisuales, reconocimiento de la narrativa, los efectos visuales y sonoros y su influencia en el producto.</p> <p>En los mismos casos vistos, identificación de la integración de la imagen y el sonido (desarrollado en el proceso de edición) para contar la historia y reforzar el mensaje.</p> <p>Simulación de escenarios de postproducción: a partir de un contenido digital pregrabado, los estudiantes deberán identificar los factores que influyen en la calidad de la transmisión (como la resolución de video y la calidad de audio) y proponer ajustes para optimizarlos de acuerdo con los recursos técnicos disponibles y la plataforma de distribución.</p>
<p><b>Bloque: Edición de imagen estática y en movimiento</b></p> <p>Estrategias para la edición de la imagen estática y en movimiento. Técnicas y procesos de edición visual para la creación y mejora de imágenes estáticas (fotografías, ilustraciones, gráficos) y en movimiento (videos, animaciones).</p>	<p>Planificación de un proyecto final para una campaña de producción de videojuegos o deportes electrónicos, que abarque todo el proceso de edición (imagen y sonido) para una plataforma específica. En esta etapa, se definirán los criterios técnicos y estéticos que guiarán la edición de imagen del proyecto.</p> <p>Edición práctica de la imagen:</p>

<p>Aplicación de efectos, transiciones y corrección de color en imágenes en movimiento. Técnicas de retoque y mejora para imágenes estáticas.</p> <p>Uso de software específico para la edición de diversos tipos de imágenes (pixelares, vectoriales, 2D, 3D, videos, animaciones). Introducción al uso de herramientas de inteligencia artificial de edición de imágenes.</p> <p>Dispositivos móviles como herramienta de edición de contenidos. Software específico.</p> <p>Herramientas de edición en redes sociales.</p>	<p>postproducción de un contenido audiovisual para el proyecto, aplicando efectos visuales, transiciones y corrección de color utilizando programas adecuados a tales tareas Deberán seguir los criterios definidos en la fase de planificación y justificar las elecciones estéticas que realicen.</p> <p>Experimentación con herramientas de inteligencia artificial para optimizar procesos de edición visual, como la corrección automática de color, el ajuste de encuadres y la mejora de la calidad de imagen.</p>
<p><b>Bloque: Edición de sonido</b></p> <p>Estrategias para la edición del sonido: técnicas y procesos de edición de audio, efectos y mezcla.</p> <p>Software para la edición de sonido: uso de programas específicos para la edición de diversos tipos de archivos de audio (mono, estéreo, multicanal, etc.), incluyendo herramientas para la limpieza de sonido, mezcla de pistas, diseño de efectos de sonido y otras, e incluso plataformas de Inteligencia Artificial (IA) para la optimización y creación de recursos sonoros.</p>	<p>Mejora de la planificación del proyecto final para la campaña de producción de videojuegos o deportes electrónicos: definición de los criterios técnicos y estéticos que guiarán la edición sonora del proyecto.</p> <p>Edición práctica del sonido: integración y sincronización del sonido a la imagen editada en el bloque anterior. Trabajo con programas específicos para editar pistas de audio, aplicando técnicas de limpieza de sonido, efectos y mezclas.</p> <p>Experimentación con herramientas de IA para mejorar la calidad del audio, como la reducción de ruido, el ajuste automático de niveles y la generación de efectos sonoros.</p>

Denominación del módulo: **Transmisión de contenidos digitales**



Carga horaria total: **52 horas reloj**

Carga horaria de prácticas profesionalizantes: **35 horas reloj**

### **Presentación:**

El módulo “Transmisión de contenidos digitales” es específico del trayecto de Creador/a de contenidos digitales, ya que se enfoca en el desarrollo de las habilidades necesarias para transmitir y narrar de modo efectivo en diversas plataformas digitales. Está diseñado para que el/la estudiante logre desarrollar las capacidades profesionales que le permitan comunicarse de forma clara y atractiva e interactuar de forma positiva con las audiencias en tiempo real.

Los contenidos a abordar se centrarán en la oralidad de la comunicación digital, tanto en lo que hace a técnicas y estrategias de la narración en vivo y pregrabada como a la gestión de la interacción con las audiencias. Estos son aspectos centrales para lograr la fidelización de audiencias en las transmisiones digitales.

Para el presente módulo, y desde el punto de vista del contenido de la formación, se define la selección y el tratamiento de los siguientes contenidos, presentados en dos bloques:

- **La oralidad en la comunicación digital**
- **Interacción con audiencias**

En el bloque “La oralidad en la comunicación digital” se abordan los principios de la comunicación oral en entornos digitales, destacando la importancia de la adaptación a las características de las diversas audiencias destinatarias, la modalidad (en vivo o pregrabada) y las plataformas de transmisión. En él se trabajan técnicas de expresión oral (dicción, tono, ritmo, etc.) y el uso de la voz para conectar positivamente con las audiencias y transmitir emociones.

Por su parte, en el bloque “Interacción con audiencias” se estudian estrategias para fomentar la participación activa en tiempo real, utilizando herramientas como encuestas y preguntas durante las transmisiones. Además, se aborda el manejo del feedback instantáneo y las técnicas para fidelizar audiencias. También se introducen estrategias de moderación para gestionar comentarios en vivo y mantener un ambiente positivo y enfocado en la transmisión.

### **Funciones del perfil profesional a las que se orientan las enseñanzas del módulo**

El módulo “Transmisión de contenidos digitales” recupera e integra conocimientos, saberes y habilidades que contribuyen a la formación de las/os estudiantes, en particular con las siguientes funciones que ejerce el/la profesional en relación a:

- Publicar y distribuir contenidos en plataformas digitales respetando requerimientos específicos.
- Monitorear el desempeño del contenido y ajustar la estrategia comunicacional respetando los criterios de calidad establecidos.

## **Capacidades profesionales a cuyo desarrollo se dirige el módulo**

Los saberes que se abordan en el presente módulo se articulan con las especificidades en torno a la transmisión de contenidos digitales y moderación de audiencias en diversas plataformas de comunicación digital, en particular con las siguientes capacidades profesionales referidas al perfil profesional:

- Manejar programas específicos para transmisión de contenidos en vivo.
- Utilizar plataformas de transmisión de acuerdo con las características del contenido y los requerimientos específicos.
- Identificar las características de las audiencias para el desarrollo de contenidos digitales.
- Interpretar y confeccionar guiones técnicos para la producción y transmisión de contenidos digitales.
- Desempeñar tareas específicas al rol asignado en el marco de un equipo de trabajo.
- Establecer relaciones sociales de cooperación, coordinación e intercambio, tanto hacia el interior del propio equipo de trabajo, como en la relación con otros equipos de su ámbito profesional o de otros rubros que intervengan con sus actividades.

## **Objetivos de aprendizaje**

Los objetivos de aprendizaje a tener en cuenta para la evaluación al finalizar el cursado serán:

- Desarrollar habilidades de expresión oral para adaptar el estilo comunicativo y la narrativa a diferentes plataformas digitales, considerando el tipo de transmisión (en vivo o pregrabada).
- Utilizar la voz como herramienta para transmitir emociones y reforzar el mensaje, estableciendo una conexión efectiva y ajustando el estilo de comunicación según las características y expectativas de cada tipo de audiencia.
- Aplicar estrategias de interacción en tiempo real que fomenten el feedback y la participación activa y positiva de la audiencia, respondiendo de manera rápida y efectiva a las preguntas y comentarios recibidos y aplicando técnicas de moderación para mantener un ambiente constructivo.

<b>BLOQUES DE CONTENIDOS</b>	<b>PRÁCTICAS FORMATIVAS</b>
------------------------------	-----------------------------

<p><b>Bloque: La oralidad en la comunicación digital</b></p> <p>Conceptualización de la oralidad en entornos digitales: características del lenguaje oral en plataformas digitales y cómo adaptarlo a distintos medios (streaming, podcasts, videos). Técnicas de expresión oral (dicción, tono, ritmo y fluidez) para captar la atención de la audiencia, reflejar entusiasmo y dar dinamismo al evento.</p> <p>Uso de la voz como herramienta comunicativa. Conexión con la audiencia: la transmisión de emociones y el refuerzo del mensaje.</p> <p>Diferencias entre comunicación oral en transmisiones en vivo y pregrabadas. Adaptación del discurso a la espontaneidad o a la planificación previa. Ajustar el estilo y tono de la comunicación en función de las características de plataformas específicas.</p>	<p>Escuchar y analizar ejemplos de comunicación oral en diversas plataformas (en vivo o grabadas), identificando diferencias en tono, estilo y técnicas de expresión oral, y comparando cómo la oralidad se adapta a cada plataforma.</p> <p>Realizar prácticas de expresión oral mediante la lectura de textos o narraciones para videos, atendiendo a la dicción, el control de tono y ritmo. Retroalimentación sobre el uso de la voz, identificando áreas de mejora para lograr una comunicación más efectiva.</p> <p>Simulación de transmisiones en vivo y pregrabadas, con partes guionadas y otras improvisadas adaptadas a al menos dos plataformas distintas. Coevaluación sobre la variación del discurso y las técnicas aplicadas en función del tipo de transmisión.</p>
<p><b>Bloque: Interacción con audiencias en tiempo real</b></p> <p>Cómo fomentar la participación activa a través de comentarios, encuestas y preguntas en transmisiones en vivo.</p> <p>La respuesta rápida y efectiva a la interacción de la audiencia durante la transmisión (feedback instantáneo). Estrategias de moderación: cómo gestionar comentarios en vivo, lidiar con trolls o mensajes no deseados y mantener un ambiente positivo en la transmisión.</p>	<p>Desarrollar transmisiones donde se enfrenten a diferentes situaciones comunes en la moderación de comentarios en vivo, como el manejo de trolls, mensajes de odio o spam. Autoevaluación intragrupal: presentación de un análisis sobre cómo funcionaron las estrategias de interacción y moderación.</p> <p>Realizar una cobertura en vivo de un evento y/o situación particular, utilizando los recursos técnicos disponibles (celular, cámara, microfono, etc)</p> <p>Diseñar un plan para fidelizar a la audiencia de una plataforma de</p>

<p>Técnicas para fidelizar a la audiencia y crear una comunidad comprometida a través de la interacción constante.</p> <p>Estrategias para captar y retener audiencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas para captar nuevos espectadores.</li> <li>• Estrategias de retención y fidelización de espectadores.</li> <li>• Creación de una experiencia de usuario envolvente.</li> </ul>	<p>transmisión determinada, incluyendo estrategias de interacción regular, recompensas para los seguidores más comprometidos y otras estrategias adecuadas a la plataforma y audiencia. Justificación de las decisiones tomadas.</p> <p>Implementar estrategias para captar y retener espectadores, utilizando técnicas como promociones en redes sociales y la creación de contenido enfocado en la fidelización.</p> <p>Diseñar transmisiones con múltiples elementos de interacción, como gráficos y comandos personalizados, para crear una experiencia envolvente.</p>
---	---

## 5. Entornos formativos

La implementación del trayecto de “Creador/a de contenidos digitales” se realizará en entornos formativos de características adecuadas a los requerimientos de cada uno de los módulos, en particular de las prácticas definidas en el diseño curricular. En este apartado, se fijan algunas definiciones generales para orientar a los Centros de Formación Profesional en la configuración de los espacios formativos requeridos para una adecuada implementación de esta oferta.

A continuación se describen las características recomendadas para la conformación de los espacios áulicos requeridos para garantizar la adecuada implementación del trayecto formativo.

**Características generales de los espacios e infraestructura:** Para la definición de la superficie del aula, se establece como conjunto de dimensiones que intervienen en las condiciones de enseñanza: el mobiliario y el equipo complementario, los elementos auxiliares y las ayudas didácticas necesarias.

**Requerimientos físico / ambientales:** Iluminación general con valores de iluminación entre 250 y 350 lux, con luminarias uniformemente distribuidas para lograra niveles de iluminación homogéneos en el recinto.

Utilización de colores de alta reflexión en paredes, cielorrasos, pavimentos y mobiliario, para aumentar la eficiencia.

Iluminación focalizada hacia las mesas de trabajo que permita alcanzar niveles de iluminación de 500 lux.

Ventilación natural para garantizar la renovación del aire conforme al código de edificación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Climatización adecuada

Aislamiento de aquellas habilitaciones en que el ruido supera el administrativo por la normativa vigente.

## **Aula**

El aula deberá contar con sillas, mesas, armarios para materiales, estanterías, gabinetes y cajoneras para el guardado de los elementos de trabajo. Asimismo deberá contar con gabinete para albergar el equipamiento, manuales, componentes necesarios para lograr que el dictado de clase sea operativo y eficiente.

Asimismo deberá estar equipada con:

- Pizarra
- Televisión o pantalla
- Proyector
- Computadora/s
- Conexión a internet (ethernet y wi-fi)
- Control de iluminación

## **Aula tecnológica**

El aula tecnológica deberá contar con una variedad de equipamiento requerido para las distintas prácticas formativas que se desarrollarán a lo largo del trayecto formativo.

### Equipamiento necesario:

Computadora con los siguientes componentes o similar:

- Hardware:
  - Gabinete gamer
  - Disco SATA 2 TB
  - Disco SSD 480
  - 32 Gb de memoria RAM
  - Mother ASUS PRIMER B560-PLUS
  - Microprocesador I7.10700
  - Placa de video RTX 3070
- Software:

- Sistema operativo
- Software para la transmisión digital
- Software para la edición de video
- Software para la edición de audio
- Software para la edición de imágenes
- Periféricos:
  - Mouse gamer
  - Teclado gamer
  - Webcam Razer Kiyo Pro 1080p USB/Logitech C922 pro stream hd
  - Tripode
  - Monitores 20"
  - Auriculares gamers

Para la grabación y transmisión de contenido se requerirá adicionalmente los siguientes elementos:

- Mesada central y sillas conductores
- Telón móvil para fondo y recorte croma.
- Laptop profesional streaming.
- Micrófonos: las diferentes opciones y características influyen en el tipo de aplicación que se les busque otorgar en la planificación de las prácticas formativas
  - Micrófono supercardioide
  - Micrófono dinámico
  - Micrófono condensador
  - Trípodes y soportes para micrófonos
  - Cables y adaptadores
- Cámaras: Para realizar los distintos tipos de actividades formativas se requiere un conjunto de cámaras, entre las cuales se pueden mencionar:
  - Cámara digital reflex profesional
  - Cámara de video
  - Webcam
  - Dispositivos móviles con cámara HD y aplicaciones necesarias.



G O B I E R N O D E L A C I U D A D D E B U E N O S A I R E S  
2024 - Año del 30° Aniversario de la Autonomía de la Ciudad de Buenos Aires

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

Buenos Aires,

**Referencia:** s/ ANEXO

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 38 pagina/s.