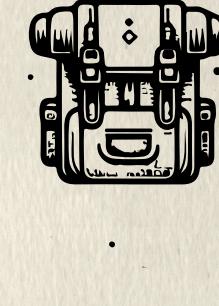
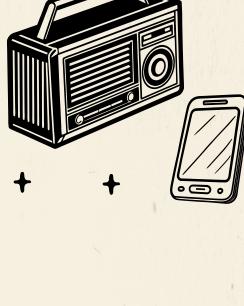


# CAMPAMENTO DIGITAL DE VERANO

## CURSO INTENSIVO



### Clase 1

- Definición de contenidos verticales.
- Para qué se usan
- Diferencias con lo horizontal.
- Plataformas en las que se usan.
- Tipos y estilos de los contenidos: Publicitarios, Periodísticos, Deportivos, Vlogs, Políticos, Clippeos, Musicales, Memes y Tendencias.

*TRABAJO PRÁCTICO: Elegir una historia de tu día y contarla en vertical.*

### Clase 2 y 3: Hardware y Software Esencial

- Herramientas para crear contenidos
- Cámaras, micrófonos, luces led
- Edición desde el celular vs. Edición desde computadora
- Cómo usarlas para contar mejor nuestro relato.
- Técnicas para comenzar a trabajar una vez obtenido todo el material. Recursos básicos y diferencias entre los programas de computadora y los de celular.
- Subtítulos, separadores y otros recursos adaptados al formato.
- IA

*INVITADO: Dos editores distintos*

*Prácticas: editar con programas distintos a los que suelen editar*

### Clase 4 y 5

- Coberturas deportivas
- Primera clase:
- Pre-producción
- Cómo prepararse: Herramientas básicas de imagen y sonido.
- Luz, almacenamiento y otras herramientas necesarias.
- Guión y su importancia para ir al evento con temas a buscar.
- Cómo organizarme y calcular el tiempo que va a llevar la cobertura, reconocer cuáles son las urgencias, qué tipo de contenido lleva más urgencia que otro y qué diferencias hay entre publicar algo rápido y tomarse el tiempo y publicarlo días después.

*PRÁCTICA: Filmar sabiendo y pensando en el resultado final para ganar tiempo a la hora de la entrega del producto final.*

*Saber la importancia de cuándo publicar.*

*Cómo acercarse a la gente, en caso de entrevistar.*

*INVITADOS: Martu Baldi / Fede Racchi*

### Clase 6

- Redes y contenidos
- Qué es TikTok y sus principales características.
- Tipos de contenidos más populares en TikTok y en qué otras plataformas pueden funcionar. Diferencias con Reels y Shorts.
- Lives
- Para qué sirven y cómo se originan las tendencias.
- Diferencias entre el editor de la plataforma y un programa de edición profesional.
- Política en TikTok: Motivos por los cuales los políticos quieren estar presentes en TikTok y cómo definir el perfil en base a los objetivos que se tienen.
- Composición visual de la red y cómo editar para que el video encaje.

*PRÁCTICA: Reconvertir un video de los primeros días en formato TikTok.*

*Instagram*

*Tipos de contenidos verticales: Historias y Reels. Diferencias entre ellas.*

*Storytelling*

*Qué se busca al subir un video y cuáles son las diferencias principales con hacerlo en TikTok.*

*Reacción*

*PRÁCTICA: Desarmar la cobertura en un evento.*

### Clase 7

- Contenidos brandeados

*INVITADO: Agencia de talento*

*Que buscan?*

*Contactos con las empresas*

*Selección de talentos*

*PRÁCTICA: Presentar un proyecto de venta con presupuesto incluido*

### Clase 8

- Gastronomía
- Las reseñas y el negocio
- Como no aburrir generando todos el mismo contenido
- Invitado: El Gordis

*PRÁCTICA: Hacer un video de comida casera con tips que tire el invitado*

### Clase 9

- Marcas
- La importancia de las marcas para el trabajo en redes
- EL MUNDIAL DE 2026 como el objetivo de las mismas y los microinfluencers.
- Distintos tipos de vínculos

*INVITADO: Gerente de comunicación de una empresa para entender qué buscan las marcas a la hora de asociarse con creadores de contenido*

### Clase 10

- Métricas
- Por qué son importantes los datos
- Cómo analizarlos
- Que diferencian a Tik Tok de Instagram
- ¿Cuánto importa la comunidad y la cantidad de seguidores?
- Crear contenido en base a las respuestas de los seguidores

*Hablará Agustín Giménez, de META DATA SPORTS*

