

ISFDyT N°48

Tecnicatura Superior en Servicios Gastronómicos

RM 3753/11



Propuesta de Espacio de Definición Institucional (EDI) correspondiente al 1° año, 64 hs anuales.

**Título del EDI: Producción de contenido multimedia.**

### **Fundamentación:**

El gran crecimiento de las redes sociales ha generado un profundo cambio en la forma en la que interactuamos y descubrimos las actividades gastronómicas. Buscar una receta, o elegir un producto o servicio, actualmente se realiza a partir de redes sociales como TikTok, Instagram o YouTube.

La comida es algo que nos acompaña todos los días de nuestra vida. El contenido gastronómico reina en internet. El estudio llamado Food and Social Media<sup>1</sup> muestra que, en Google, el tercer tipo de búsqueda que se realiza con mayor frecuencia es sobre alimentos y bebidas. En cuanto a redes sociales, el sector gastronómico es el sexto sector más seguido. Un dato que evidencia la gran envergadura de este asunto en redes es que con el hashtag #Food existen más de 1 billón de interacciones al mes en Facebook y más de 480 millones de publicaciones en Instagram.

En estos tiempos donde las tecnologías atraviesan todos los ámbitos de nuestras vidas, la comunicación visual es un elemento fundamental para dar a conocer y vender el producto o servicio.

La producción audiovisual para este EDI, permitirá profesionalizar los emprendimientos gastronómicos de los estudiantes como así también realizar producciones visuales contundentes.

La propuesta de este EDI consiste en crear fotografías de los productos, registros de visitas y prácticas en el aula cocina, así como secuencias gastronómicas, para usarlas en redes sociales, la producción de una carta o un menú acompañada de imágenes, banners externos y poder tener un banco de imágenes que les sirva para usarlas a largo plazo. Por otra parte, la creación de videos tiene por objetivo el posicionamiento en redes sociales, para esto se crearán videos en formato vertical, para instagram reels y tiktok. Así la estrategia de contenido digital consiste en brindar información de valor, que le resulte interesante a la audiencia. Crear contenidos, artículos, recetas, videorecetas, podcast y mucho más para el sector gastronómico.

---

<sup>1</sup> Rousseau, Signe (2012) - Food and Social Media: You Are What You Tweet. SN - 978-0759120433



### **Contenidos Mínimos:**

- Producción de videos creativos: Videos de 10 a 60 segundos, como los reels de Instagram o TikTok. Videos de hasta 10 minutos publicados en YouTube, Instagram TV o Facebook. Transmisiones en vivo mediante Instagram, YouTube, donde pueden mostrarse recetas, catas, degustaciones, reviews, entre otros.
- Producción de podcast para plataformas como Spotify.
- Elaboración de guión, detalles creativos y técnicos.
- Elaboración de un plan de rodaje, producción y edición de los contenidos.
- Creación y divulgación de contenidos diferenciadores.
- Posicionamiento y viralización en la Web.
- Storytelling (con el fin de enriquecer las estrategias de marketing)
- Promoción de eventos en línea.
- Realización de visitas virtuales.
- Selección de los espacios de rodaje.
- Iluminación.
- Sonido.
- Cámara de filmación libre y plano fijo o cenital.
- Planos fotográficos.
- Props para las tomas.
- Composición.
- Post producción, ensamblaje de fotos y videos, inserción de subtítulos y sonido.
- Edición de videos y transiciones de fotos con audio en Cap Cut, Inshot.
- Publicación de REELS para Tik Tok, Instagram, Facebook y YouTube.