



**Curso de Propiedad intelectual,  
publicidad, community management,  
redes sociales y plataformas digitales**



# Curso de Propiedad intelectual, publicidad, community management, redes sociales y plataformas digitales

## Descripción:

La propiedad intelectual, los canales digitales y el social media ponen a disposición infinidad de posibilidades para producir y difundir contenidos digitales basados en dinámicas colaborativas y apuestas creativas.

El curso se enfoca en el estudio de las herramientas de protección de los contenidos propios, con el fin de que se usen adecuadamente los contenidos de terceros y se aprovechen al máximo los modelos de negocio que involucran la producción y difusión de contenidos web. Además, hace un recorrido por los principales elementos que desde el derecho de autor se deben tener en cuenta para la creación de campañas y estrategias comunicativas. .

## Dirigido a:

Comunicadores, community managers, influenciadores digitales, youtubers y demás creadores de contenidos en el entorno digital.

## Duración:

20 horas 20 minutos

## Conocimientos previos:

Manejo básico de herramientas digitales (Word, PDF, navegadores de internet, moodle)

## Certificado:

El Cerlalc otorga una certificación a los estudiantes que completen el curso.

# **Curso de Propiedad intelectual, publicidad, community management, redes sociales y plataformas digitales**

**Duración:** 20 horas 20 minutos

## **Plan de estudios**

### **Módulo 1: ¿Qué está protegido por el derecho de autor?**

- Objeto de protección del derecho de autor
- Dicotomía, idea expresión
- Plagio, uso de línea argumental, referencias, uso de personajes, uso de temática central, parafraseo e intertextualidad, uso de diseños, piezas audiovisuales, infografías, campañas publicitarias, copy de redes sociales, memes y noticias
- Adaptación de obras literarias, compilaciones, antologías y traducciones, campañas, diseños e ilustraciones

### **Módulo 2: ¿Cuáles son los derechos de autor?**

- Derechos morales
- Respeto por los derechos morales en la publicación de contenidos publicitarios o de redes sociales
- Derechos patrimoniales

### **Módulo 3: ¿Quién está protegido por el derecho de autor y cómo se transfieren derechos?**

- Diferencias entre autor, colaborador, coautoría y pluriautoría
- Modalidades de transferencia de derechos

# Curso de Propiedad intelectual, publicidad, community management, redes sociales y plataformas digitales

## Módulo 4: Uso de obras sin autorización previa ni pago de regalías

- Parodia.
- Dominio Público
- Limitaciones y excepciones al derecho de autor
- Uso de obras de artes plásticas
- Obras huérfanas
- Folclore y expresiones culturales tradicionales
- Repositorios gratuitos, modelos freemium y licencias Creative Commons.

## Módulo 5: Principales contratos para el diseño de campañas y la publicación de contenidos en redes sociales, páginas web y plataformas

- Autorizaciones de uso y contrato de cesión de derechos
- Términos y condiciones de plataformas digitales y redes sociales
- Contrato para el diseño de campaña publicitaria
- Contrato con diseñador, fotógrafos, dibujantes e ilustradores
- Contrato para producción de podcast
- Contrato con locutor, artista, intérprete o ejecutante
- Contrato con periodista o redactor de contenidos
- Contrato con community manager
- Contrato para el diseño de piezas gráficas e infografías

## Módulo 6: Producción de piezas audiovisuales

- Las obras audiovisuales
- Derechos de actores
- Derechos de directores, guionistas, editores y libretistas
- Uso de obras ajenas: extractos de videos de terceros, sincronización de música, lecturas de obras literarias en voz alta, uso de fotografías, dibujos e ilustraciones

# Curso de Propiedad intelectual, publicidad, community management, redes sociales y plataformas digitales

## Módulo 7: Derecho a la propia imagen, datos personales, intimidad y buen nombre

- Uso y publicación de datos personales
- Derecho a la propia imagen
- Biografías, relatos basados en hechos reales, reportajes, crónicas, noticias y derecho a la intimidad y el buen nombre
- Parodia y derecho al buen nombre

## Módulo 8: Producción de contenidos transmedia y multimedia

- Del manuscrito a la comercialización de líneas argumentales como contenido líquido
- Base contractual para la integración de contenidos de distinto tipo bajo una estructura y soporte lógico
- Musicalización de contenidos editoriales
- Cómic y obras derivadas (Del papel a la pantalla)
- Uso de línea argumental y personajes para obras multimedia
- Usos de nombre del autor, personajes y línea argumental para difusión transmedia
- Producción de eventos difundidos a través de plataformas digitales

## Módulo 9: Marcas y merchandising

- Protección de marcas
- Referencia a marcas de terceros
- Competencia desleal y publicidad engañosa
- Marcas y merchandising

## Módulo 10: Mercado publicitario, monetización de contenidos y estrategias de posicionamiento en internet

Charla final

# **Curso de Propiedad intelectual, publicidad, community management, redes sociales y plataformas digitales**

## **El Cerlalc**

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc, es un organismo intergubernamental bajo los auspicios de la UNESCO, que trabaja con sus 21 países miembros en la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras. Para ello, orienta sus acciones hacia el fomento de la producción y circulación del libro, la promoción de la lectura y la escritura, y el estímulo y protección de la propiedad intelectual.

Creado por el Gobierno de Colombia y la UNESCO mediante un Acuerdo de Cooperación Internacional, el Cerlalc se ha caracterizado a lo largo de sus casi 50 años de existencia por ser un organismo de carácter técnico y con un campo de acción preciso y focalizado. Gracias a ello, se ha constituido en el máximo referente regional en desarrollo de legislación y política pública en temas de protección y promoción de la industria editorial y los derechos de autor, así como en el fomento, diseño y ejecución de política pública de lectura.

Durante su trayectoria, el Centro ha desarrollado una oferta formativa que responde a las necesidades de los procesos de asistencia técnica que brinda, y a objetivos o acciones particulares de la industria editorial, la propiedad intelectual, la promoción de lectura y las bibliotecas.