



**PROPICIANDO LAS BUENAS PRÁCTICAS EN  
LA RADIO Y TELEVISIÓN**



# EDU COMUNICACIÓN

Santiago Carpio Valdez  
2016

## SANTIAGO CARPIO VALDEZ



Doctor en Comunicaciones por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Especialista en habilidades socioemocionales, estrategias de comunicación y producción audiovisual.

Fue el productor general de los programas de emprendimiento Promoviendo y Trato Hecho en Frecuencia Latina.

Docente en ESAN, PUCP y UPN.

Ex director del canal digital del diario La República.

Ex presidente de CONCORTV

Actualmente preside el Comité de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.  
Consultor independiente.

# Propósito de la sesión

- Reconocer el valor de la **Educomunicación** en las interrelaciones para generar conocimiento.
- Reconocer la utilidad del **Árbol de la Comunicación** para elaborar una propuesta comunicativa.
- Reconocer al **Storytelling** como **herramienta de comunicación** para llegar fácilmente a un público, mostrarle una idea, una marca o un producto y lograr su identificación y recordación.



educación

comunicación



propósitos

intenciones

aprendizajes

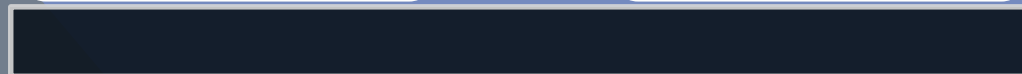
interactividad

metodologías

formas y medios

interactividad

mensajes





**LEARN**

**PRACTICE**

**IMPROVE**

# EDUCACIÓN

CONOCER  
ENTENDER  
INTERPRETAR  
UTILIZAR  
ADAPTAR  
SABER



# COMUNICACIÓN

ENTENDER  
CONSTRUIR  
DIFUNDIR  
ASIMILAR  
INTERPRETAR  
RESPONDER

**APRENDER Y COMPARTIR**



UNA MANERA DIFERENTE  
DE ABORDAR NUESTRAS RELACIONES  
PARA GENERAR DE CONOCIMIENTO

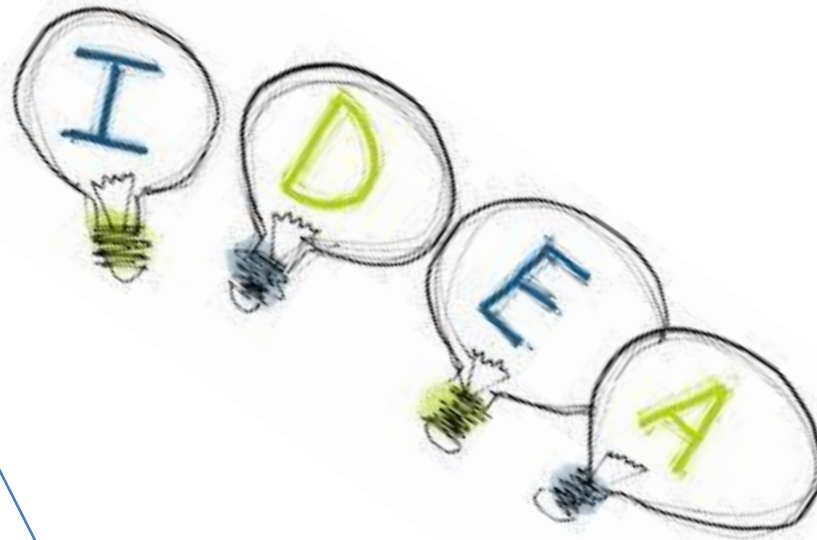
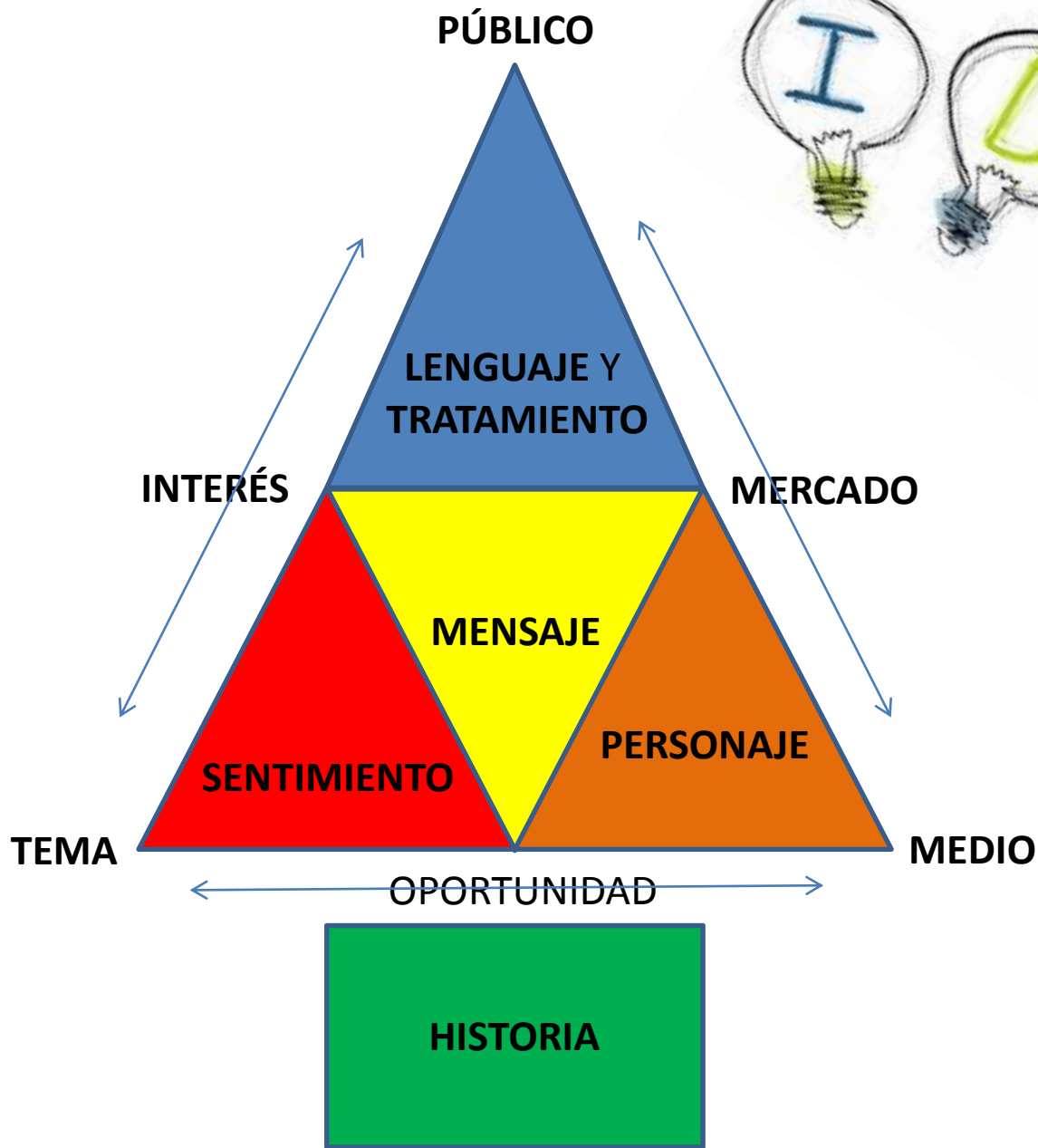




**GENERAMOS  
CONOCIMIENTO**

# EL ÁRBOL DE LA COMUNICACIÓN







# PÚBLICO

- Antecedentes
- Características
- Tendencias
- Relación con temas similares
- Relación con medios
- Personajes referentes



# TEMA

- Antecedentes y/o situación actual
- Teorías y tendencias
- Campañas, programas, audiovisuales que traten el mismo o temas similares



# MEDIO

- Antecedentes
- Características y tendencias en la programación, el consumo.
- Medio o medios involucrados.
- Estrategia de medios utilizada como lanzamiento, soporte o posicionamiento en proyectos similares
- Estrategia de marketing



# MENSAJE



TE ESTOY  
ESCUHANDO





# COMUNICACIÓN

**DIRECTA**

**MEDIADA O  
MEDIATIZADA**

**RELACIONES  
INTERPERSONALES**

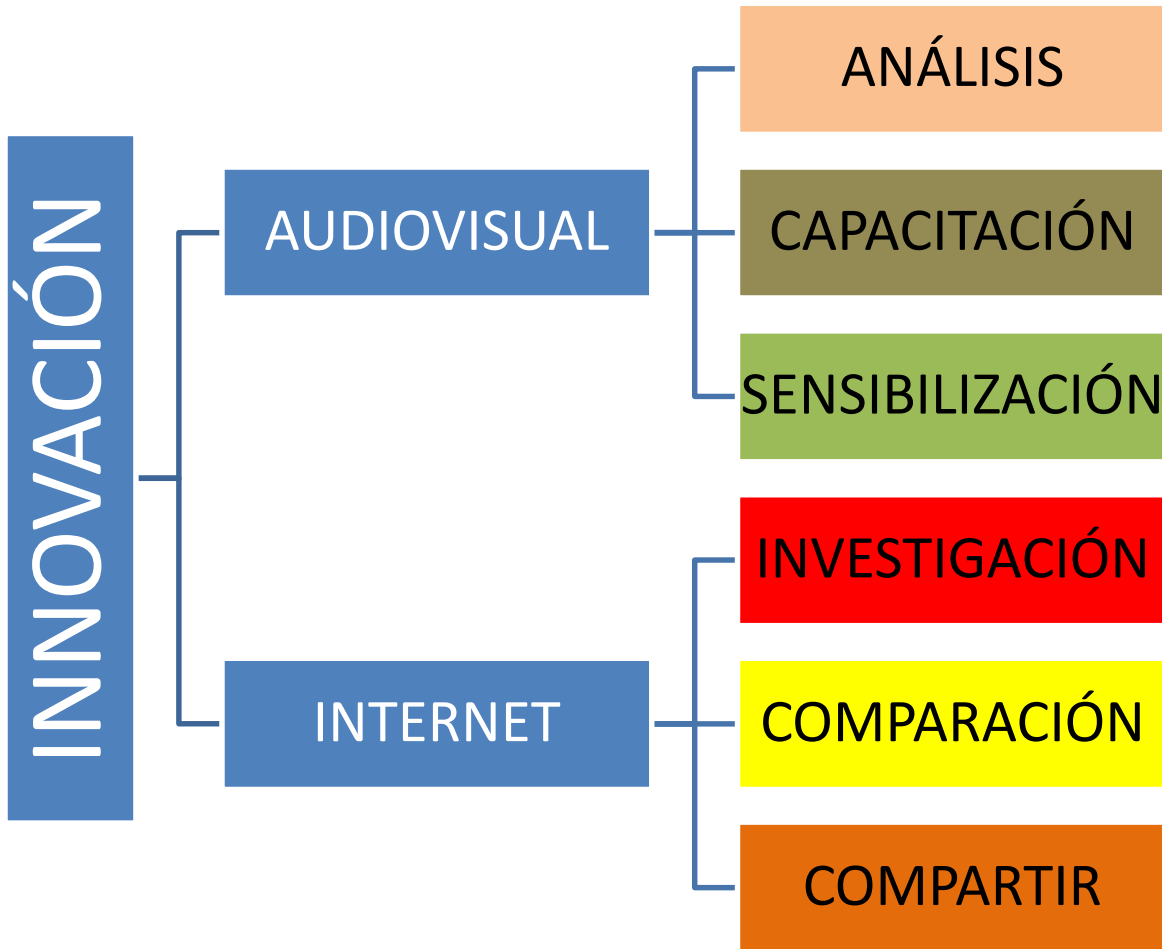
**RELACIONES A TRAVÉS DE  
ALGÚN MEDIO O  
PLATAFORMA**

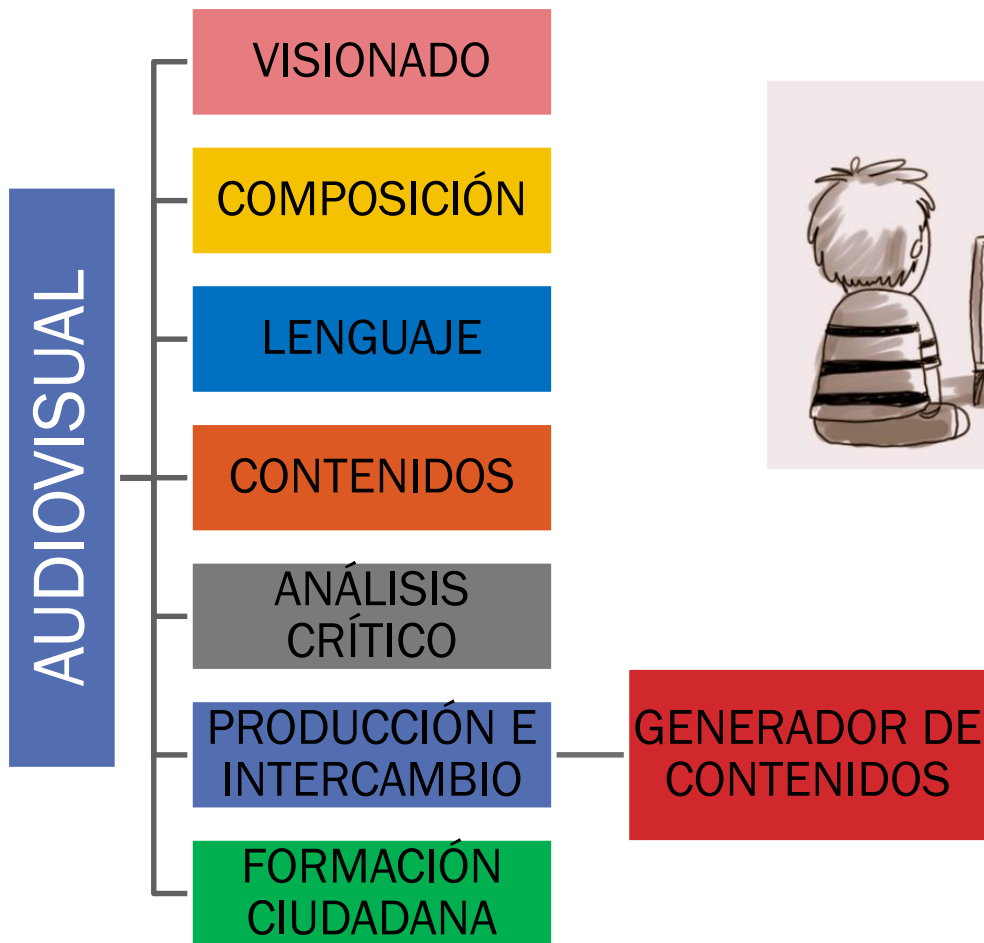
**PALABRAS  
GESTOS  
ACTITUD  
SABER ESCUCHAR**

**CARTAS / TELÉFONO  
MEDIOS MASIVOS  
PLATAFORMAS DIGITALES  
INTERNET / REDES**









**APRENDER A VER ,CONSUMIR y UTILIZAR MEDIOS**

**Cine**

**Radio**

**Televisión**

**Videos**

**Audios**

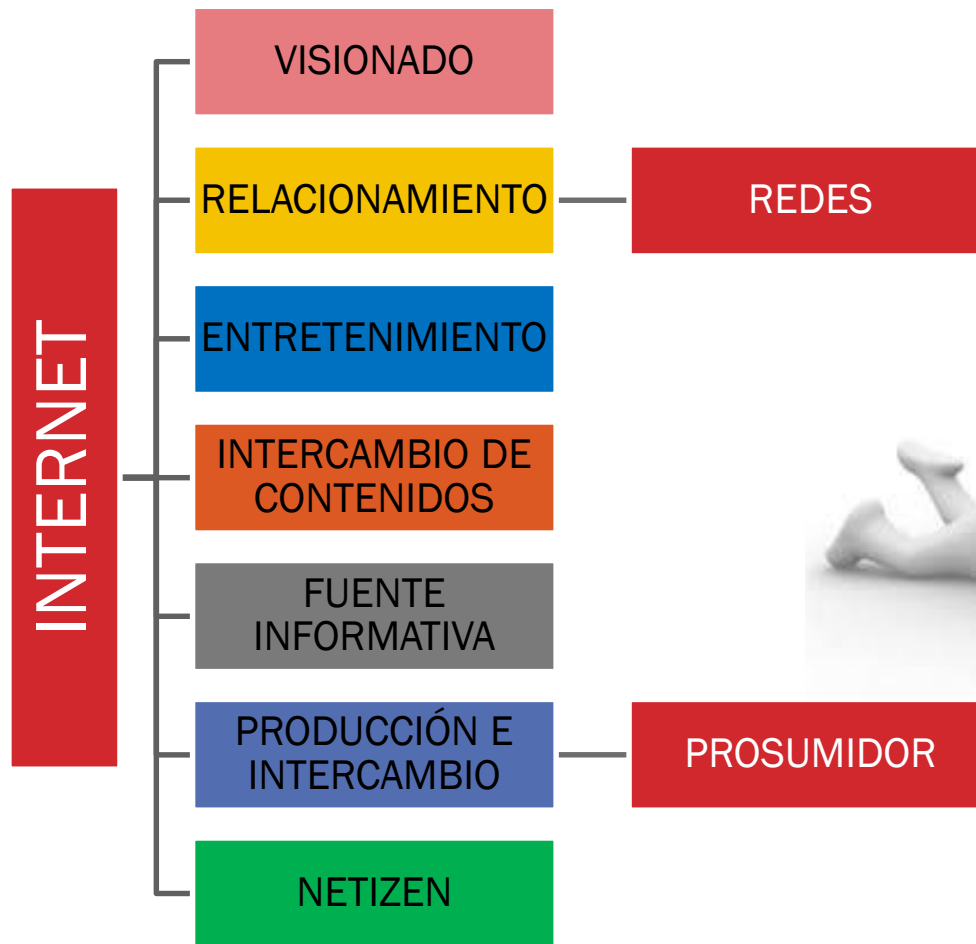
**Fotografía**

**Géneros**

**Formatos**

**Combinación o Hibridación**

**Acceso y democratización del medio o de la herramienta**



**APRENDER A VER ,CONSUMIR y UTILIZAR  
MEDIOS INTERACTIVOS SIMULTÁNEAMENTE**

**Buscadores**

**Wikipedia - wikis**

**Web**

**blogs**

**E mail**

**Facebook**

**Twitter**

**Instagram**

**Snapchat**

**Whats app**

**Youtube**

**Apps**

**Juegos interactivos**

**Utilitarios**





A bright green cartoon turtle is shown from a rear-three-quarter view, resting on a white reflective surface. The turtle has a small black antenna on its back. A grey speech bubble with rounded corners is positioned on its back, containing the Spanish text 'Te escucho'. In the background, an open book with blue pages is visible, and some green foliage is at the top of the frame.

Te  
escucho



Te veo

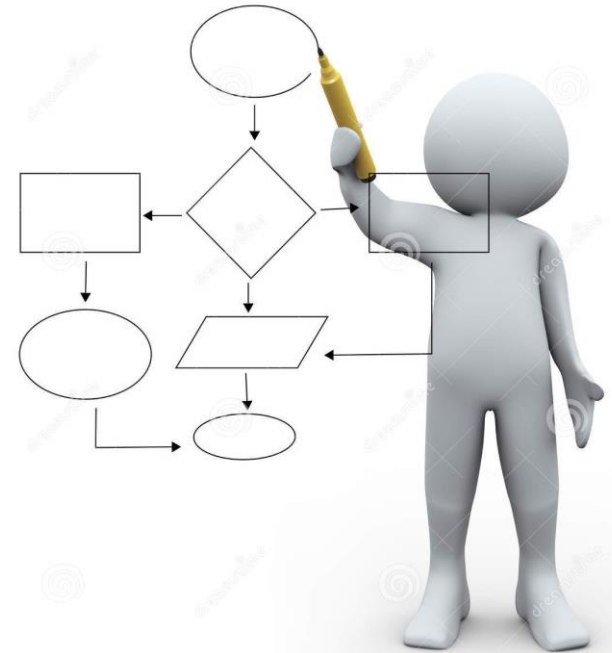


# Storytelling

*Porque las historias  
se conectan con la  
gente*

# STORYTELLING

Propósito de la clase



Reconocer el valor de la narración como

**herramienta de comunicación**

- para llegar fácilmente a un público, mostrarle una idea, una marca o un producto y lograr su identificación y recordación.

# ¿PARA QUÉ UTILIZAMOS EL STORYTELLING?

Llegar, sensibilizar y compartir una experiencia

Activar la imaginación de nuestro público

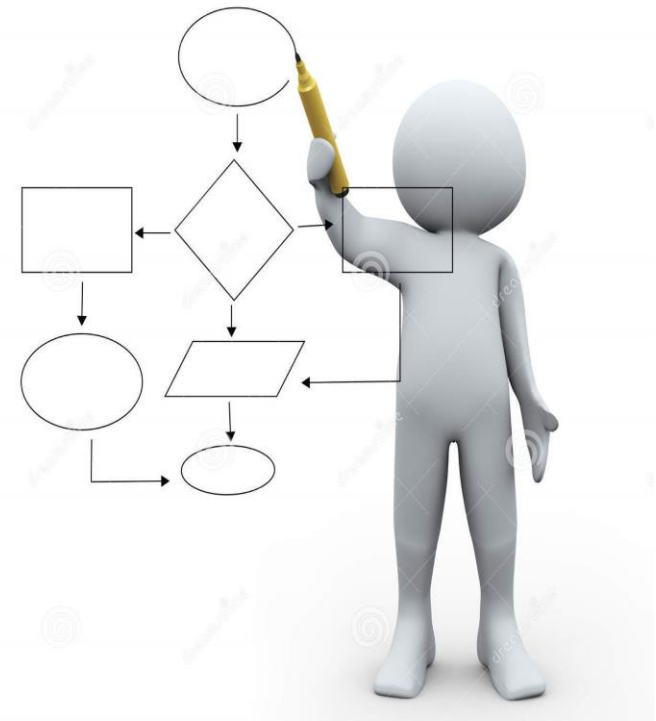
Conectar de una forma distinta con nuestra audiencia

Favorecer la recordación de la idea, la marca o el producto



## APLICACIONES DEL STORYTELLING

- Educación
- Marketing de contenidos
- Marketing político
- Cultura corporativa
- Imagen de marca – valores
- Formación de facilitadores (capacitación interna)



# ¿QUÉ ELEMENTOS DEBEMOS INCLUIR EN EL STORYTELLING?

- Tener un conflicto dramático
- Encontrar un personaje y su oposición
- Contar con un principio, un medio y un fin
- Dejar una moraleja





*Story telling:  
Porque las historias se  
conectan con la gente*





**No lo  
explique,  
cuéntelo!!!!!!**

**!!!!!!**



# ¿QUIÉN ES MI INTERLOCUTOR?

## Cuéntame tu historia

- ¿Qué puedo contar?
- ¿Cómo lo puedo contar?
- ¿Cuál es mi propósito?

• El árbol de la comunicación

## Ejercicios



# CONCLUSIONES

Comunicación con empatía para vincularme con mis  
colaboradores

Valorar emociones, sentimientos en los mensajes

Construcción de historias para sensibilizar

Personalizar el relato en base a experiencias

Utilizar la educomunicación para abrir las puertas de  
las emociones y el aprendizaje colaborativo

# BIBLIOGRAFÍA

Guía del Árbol de la Comunicación. Santiago Carpio.

En pre publicación

<http://bienpensado.com/que-es-el-storytelling-y-como-usarlo-en-marketing/>

Arte y gestión de la producción audiovisual.

Santiago Carpio. Ed. UPC Lima 2012

[scarpiov@creativefactoryperu.com](mailto:scarpiov@creativefactoryperu.com)

Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo  
interconectado

Ángel Barbas Coslado e-mail: [abarbas@madrid.uned.es](mailto:abarbas@madrid.uned.es)

Universidad Nacional de Educación a Distancia

[http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educomunicacion\\_angel-barbas.pdf](http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educomunicacion_angel-barbas.pdf)



Síguenos



[/concertv](#)



[@concertv](#)

[www.concertv.gob.pe](http://www.concertv.gob.pe)