





EDU COMUNICACIÓN

Dr. Santiago Carpio Valdez
2018

Propósito de la sesión

- Reconocer el valor de la **alfabetización digital**
- Reconocer el valor de la **Educomunicación** en los procesos de aprendizaje.
- Identificar herramientas de comunicación para codificar e interpretar mensajes y relatos audiovisuales.





CAMBIO DE PARADIGMAS Y EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS Y SU CONSUMO

SCV



educación

propósitos

aprendizajes

metodologías

interactividad

comunicación

intenciones

interactividad

formas y medios

mensajes

relato

ENTENDER - LÚDICO - IMAGINACIÓN - ATENCIÓN

SCV

LA ESCUELA CLÁSICA FRENTE A LA ESCUELA ABIERTA

LAS 3 R

LECTURA,
ESCRITURA Y
ARITMÉTICA

SABERES,
RELACIONES Y
TECNOLOGÍAS



Formación Permanente
**Escuela
Abierta**
INSTITUCIÓN SOCIAL, INCLUSIVA
Y DE CALIDAD

¿cómo aprendemos?



YA NO PODEMOS ESTIGMATIZAR

Es considerado
como un difusor
cultural

No distingue
entre lo
imaginario y lo
existente

Elimina la
lectura

Confunde lo
verdadero con
lo ficticio

efecto
de la
televisión

Crea una falsa
sensación de
entendimiento

Transmite
conocimiento
anecdótico y
poco racional

Da mensajes
cortos, simples
y no deja
espacio para la
reflexión

LO POSITIVO DE LOS MEDIOS

Difunde información
cultura educación y
entretenimiento.

Promueve valores,
modos de vida y
estereotipos

LO NEGATIVO DE LOS MEDIOS

Difunde información
cultura educación y
entretenimiento.

Promueve valores,
modos de vida y
estereotipos

CAPACIDAD DE DISCERNIMIENTO del USUARIO

ES CIERTO QUE...



Los niños se informan, aprenden y se divierten frente a la televisión.

Hay productos que pueden ser educativos y otros inapropiados.

No siempre pueden distinguir entre la realidad y la ficción

TAMBIÉN ES CIERTO QUE...

Los niños merecen ser educados por sus padres, su familia y sus maestros

Los medios deben asumir su responsabilidad social

Hoy existe una mayor abundancia de medios y recursos para informarse y entretenerse

Tenemos la obligación de orientar su lectura, su mirada, su comprensión y ofrecer mejores ejemplos para interrelacionarnos con otras personas y con su entorno.

**NO TOCA APAGAR EL TELEVISOR O
CUALQUIER OTRA PANTALLA.**

**CORRESPONDE EXPLORAR, CONOCER Y
RECONOCER SUS IMÁGENES,
APLICATIVOS, ESTEREOTIPOS, SILENCIOS,
RITMOS Y SONIDOS PARA, COMO NO,
TOMAR DISTANCIA Y *EDUCAR LA MIRADA*
RECONOCIENDO SU CAPACIDAD DE
INFLUENCIA Y SEDUCCIÓN.**

acer



**GENERAMOS
CONOCIMIENTO E
INNOVAMOS**

PROSUMIDOR



VIVIMOS CONTANDO HISTORIAS

EL LENGUAJE AUDIOVISUAL



COMPRENDER EL MENSAJE A TRAVÉS DEL RELATO



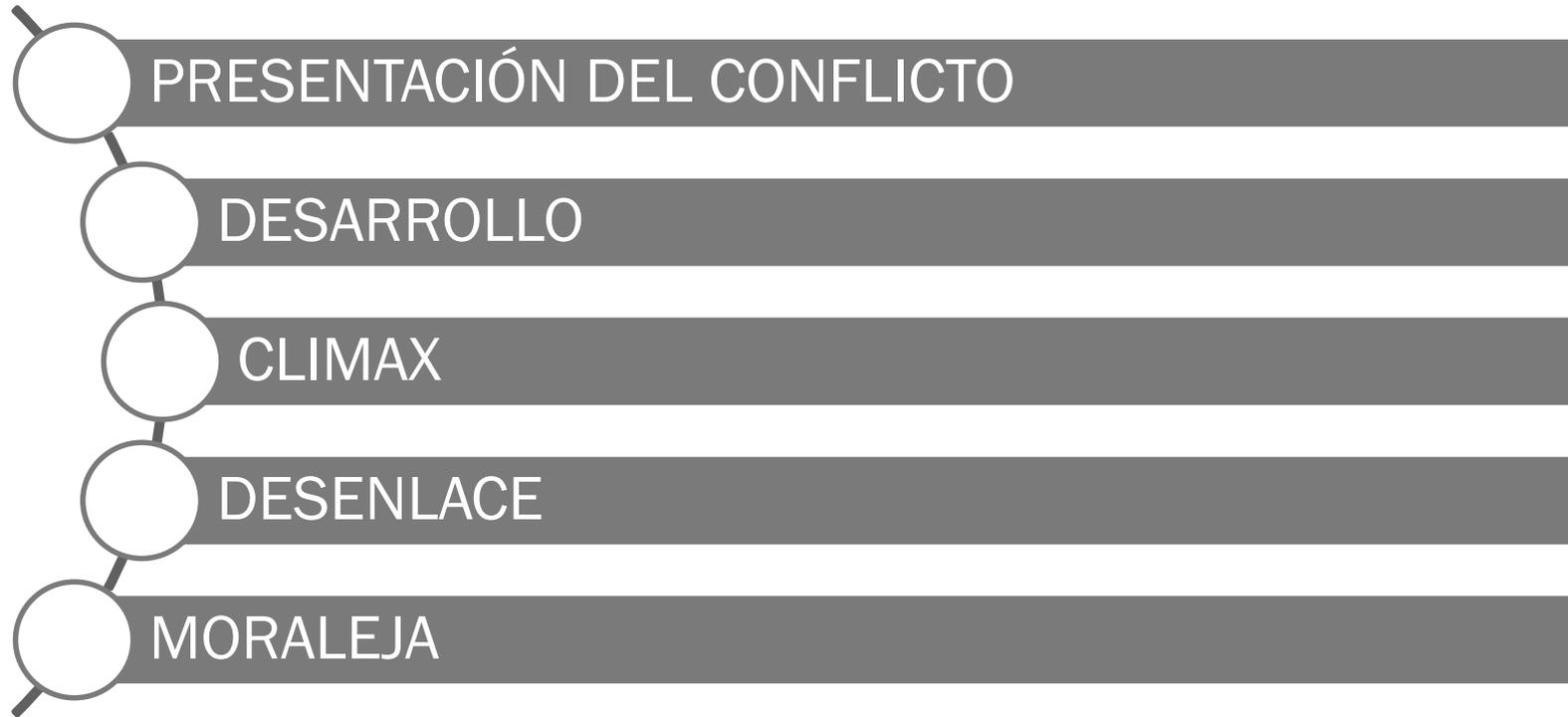
DRAMATURGIA 1



COMPRENDER EL MENSAJE A TRAVÉS DEL RELATO



DRAMATURGIA 2



COMPRENDER EL MENSAJE A TRAVÉS DEL RELATO





Storytelling

*Porque las historias
se conectan con la
gente*

STORYTELLING: EL ARTE DE CONTAR HISTORIAS

Cada negocio tiene un **origen**,
cada organización tiene una **visión**,
cada empresario tiene un **sueño**,
cada producto tiene una **magia**,
cada político tiene un **proyecto**,

cada educador tiene todos los días algo nuevo que enseñar

cada tema tiene una particularidad narrable

todos tenemos una historia que compartir

Además **nos encanta que nos cuenten historias**

¿PARA QUÉ UTILIZAMOS EL STORYTELLING?

Sensibilizar y compartir una experiencia

Activar la imaginación de nuestro público

Conectar de una forma distinta con
nuestra audiencia

Favorecer la recordación de una idea,



¿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



Para Lucho Loayza, un joven provinciano de 18 años, ingresar a trabajar a un canal de televisión era el sueño dorado hecho realidad aunque comenzara uniformado de la emisora, como portero.

El azar hizo que un día faltara el asistente de cámara y el productor echara mano del primero que encontrara en su camino para salir al aire. Y con el uniforme doblado a un costado del estudio, el director más longevo y famoso de Panamericana Televisión, el flaco Loayza iniciaba su carrera en la televisión. Un detalle que nos muestra que en la tele los "sueños se hacen realidad".

*No lo
explique,
cuéntelo!!!!!!*

!!!!!!



CONCLUSIONES

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

Comunicar con empatía para vincularme con mis alumnos.

Incentivar el juego durante el aprendizaje

Valorar emociones, sentimientos en los mensajes

Construir historias para sensibilizar

Personalizar el relato en base a experiencias

BIBLIOGRAFÍA

Arte y gestión de la producción audiovisual. Santiago Carpio

Lima, UPC 2012

<http://www.centrumaldia.com/el-conocimiento-del-interlocutor>

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

Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo
interconectado

Ángel Barbas Coslado e-mail: abarbas@madrid.uned.es

Universidad Nacional de Educación a Distancia

http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educomunicacion_angel-barbas.pdf