



**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

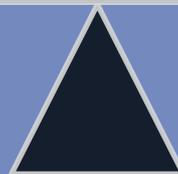
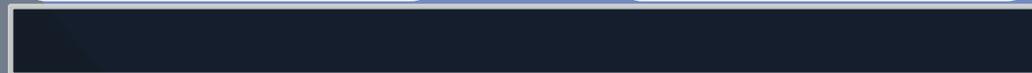
interactividad

metodologías

formas y medios

interactividad

mensajes





EDUCACIÓN

CONOCER
ENTENDER
INTERPRETAR
UTILIZAR
ADAPTAR
SABER



COMUNICACIÓN

ENTENDER
CONSTRUIR
DIFUNDIR
ASIMILAR
INTERPRETAR
RESPONDER

APRENDER Y COMPARTIR



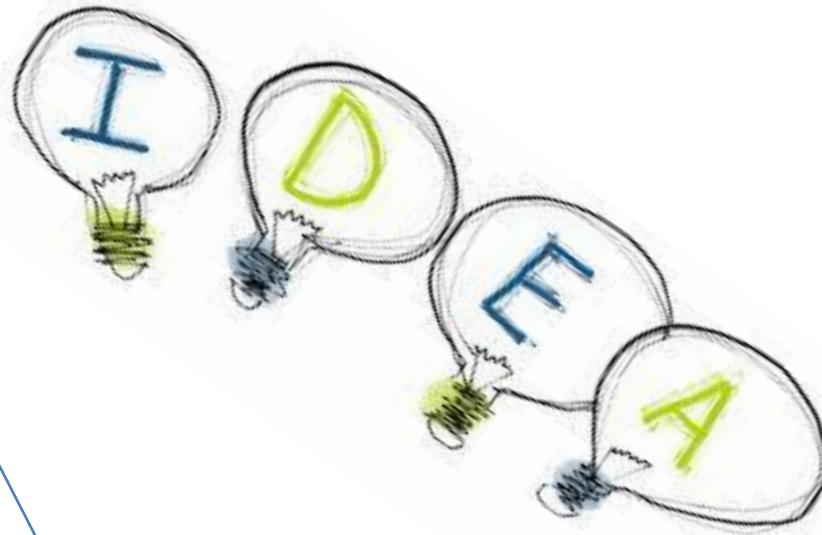
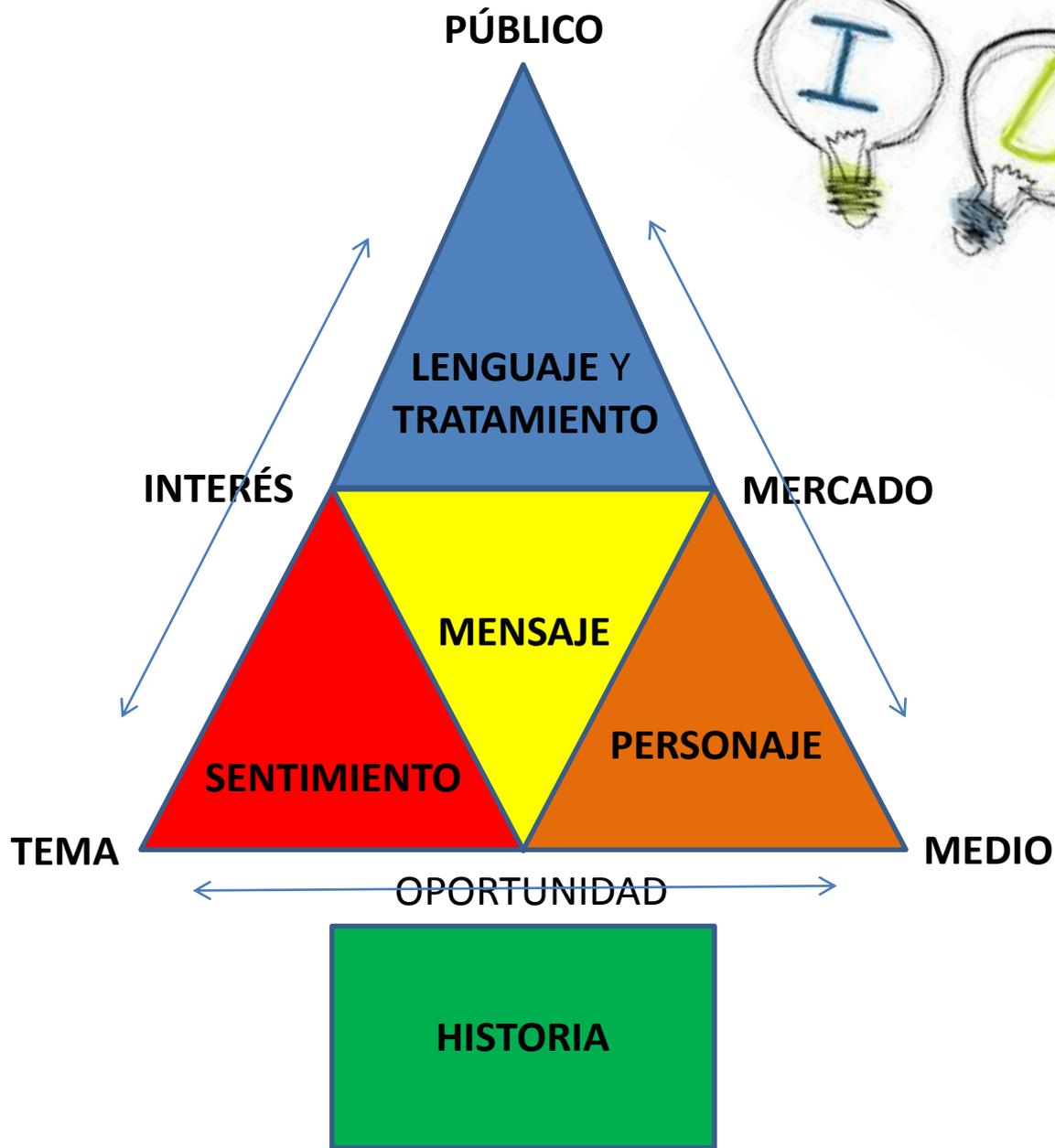
UNA MANERA DIFERENTE
DE ABORDAR NUESTRAS RELACIONES
PARA GENERAR DE CONOCIMIENTO



**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**

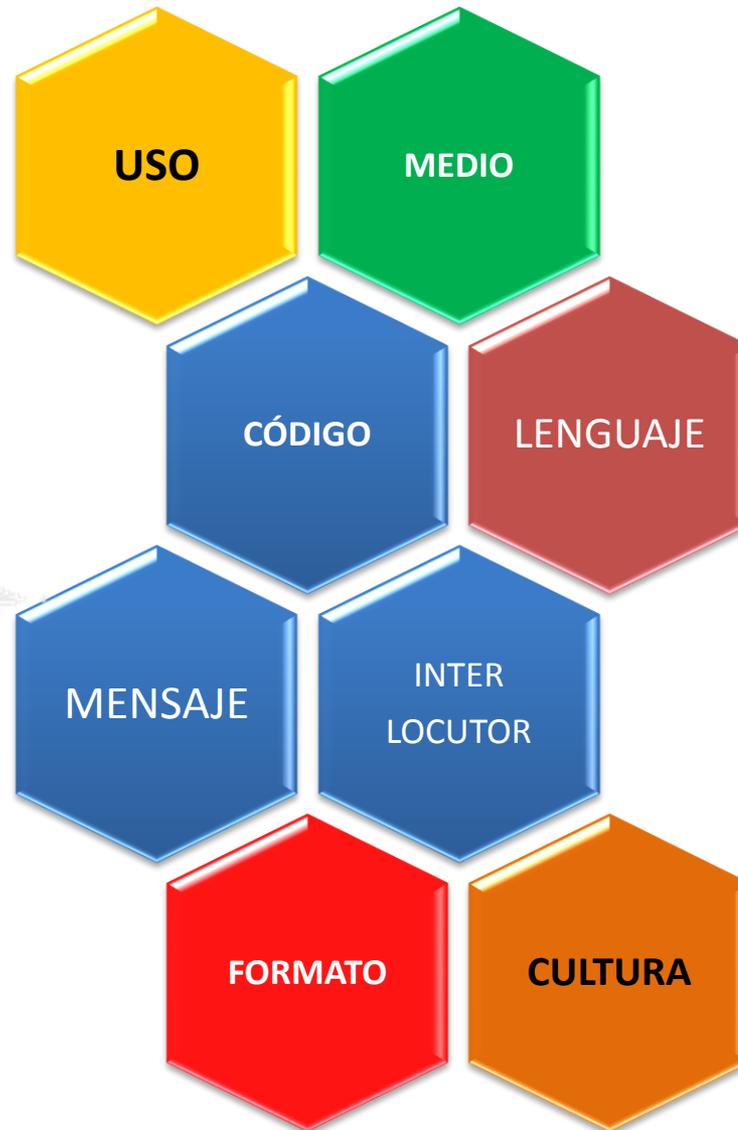
**RELACIONES
INTERPERSONALES**

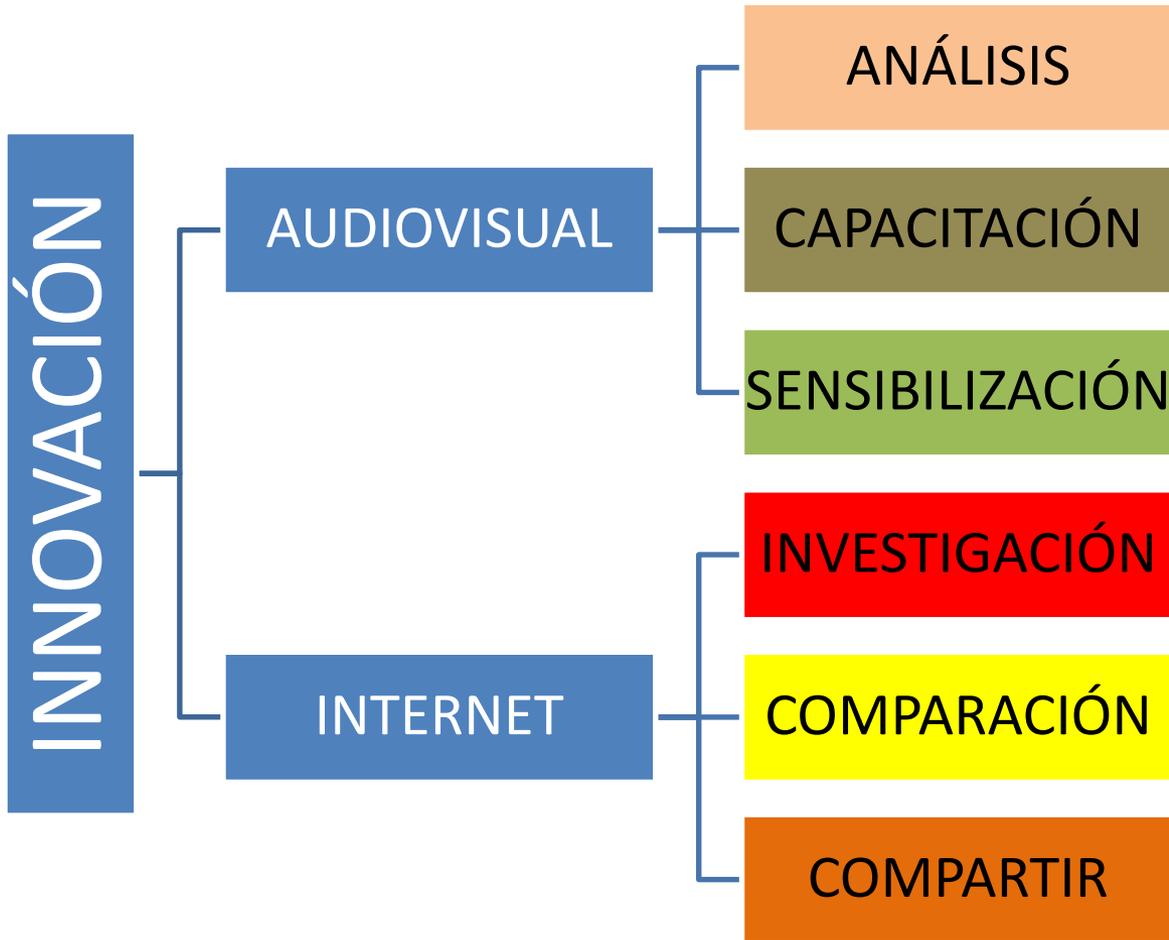
**RELACIONES A TRAVÉS DE
ALGÚN MEDIO O
PLATAFORMA**

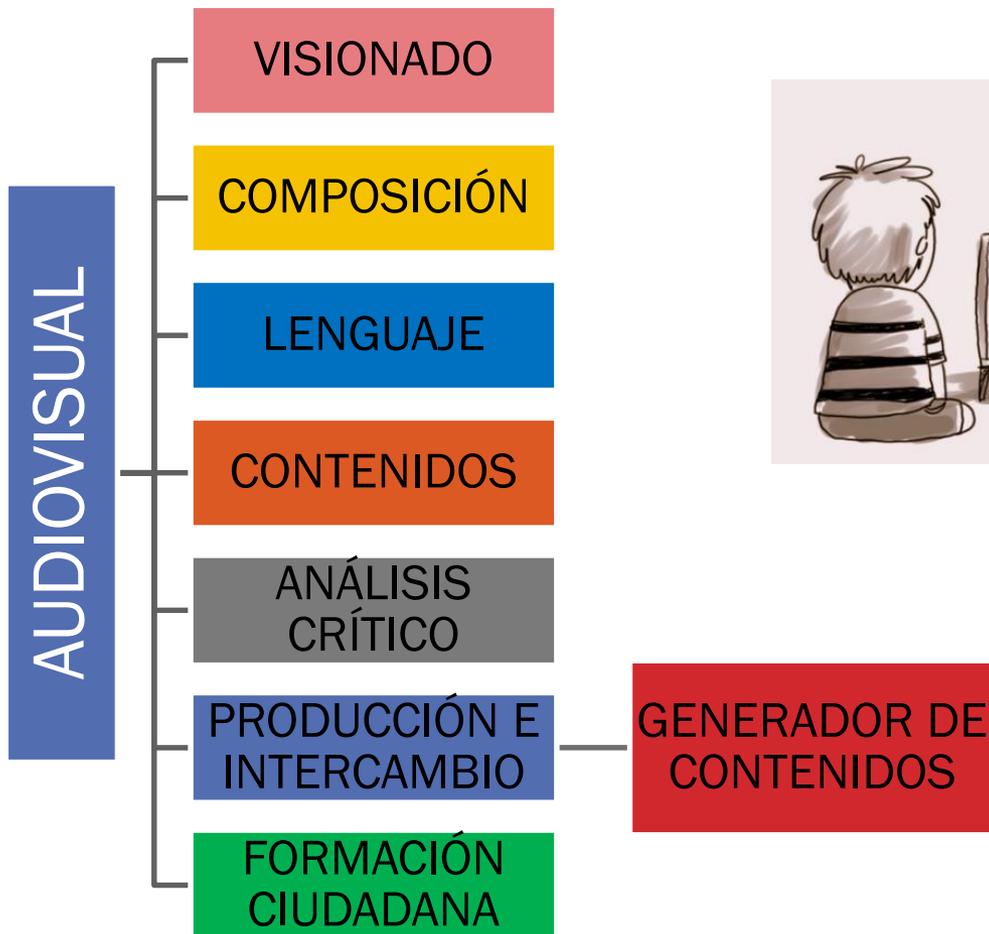
**PALABRAS
GESTOS
ACTITUD
SABER ESCUCHAR**

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









APRENDER A VER ,CONSUMIR y UTILIZAR MEDIOS

Cine

Radio

Televisión

Videos

Audios

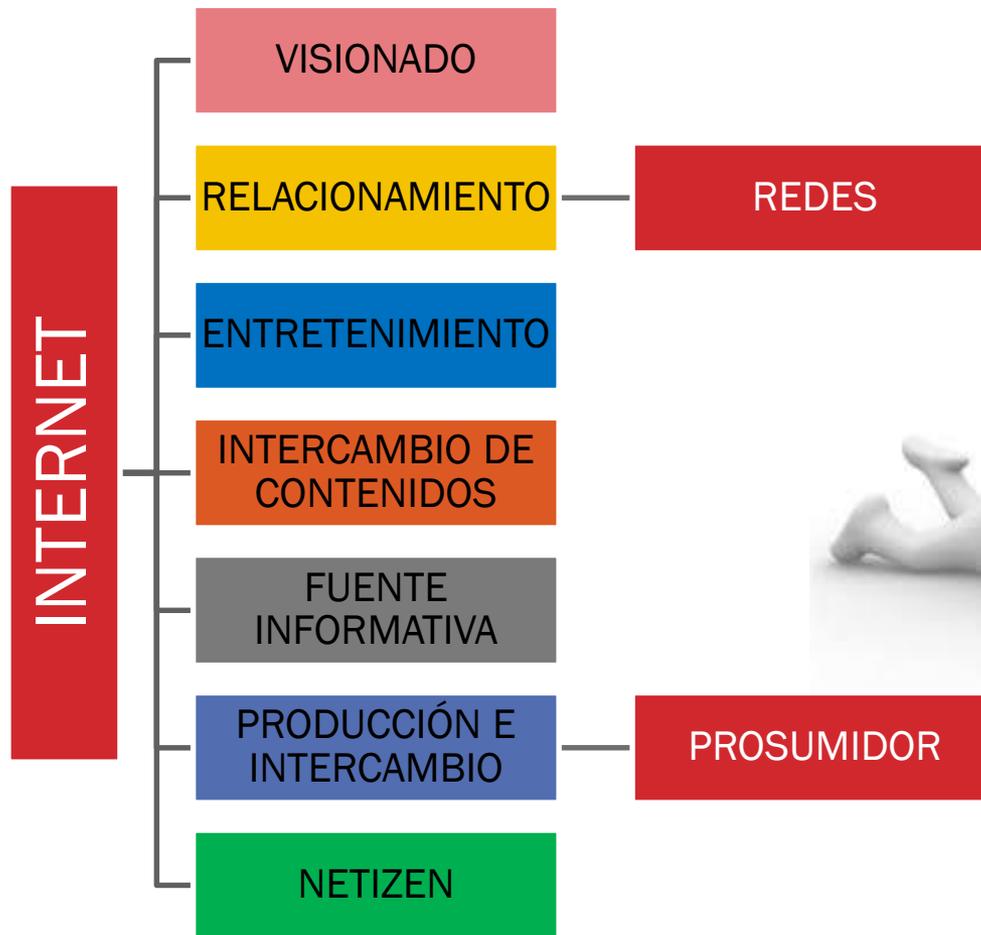
Fotografía

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, rounded cartoon character is lying on its side on a white reflective surface. The character has a small tuft of hair on top and a friendly expression. A grey speech bubble with rounded corners is positioned near its mouth, 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

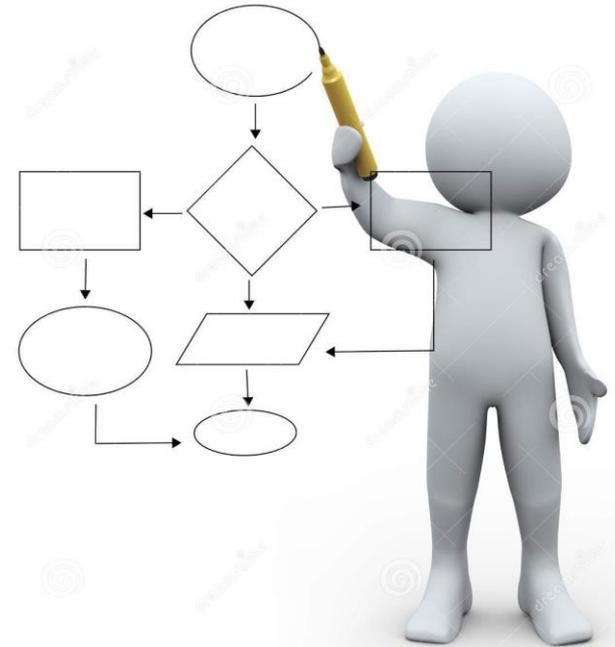
A hand holding a white marker, writing the word "Storytelling" in a large, black, cursive font. The hand is positioned on the right side of the image, with the marker tip touching the end of the word. The background is plain white.

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

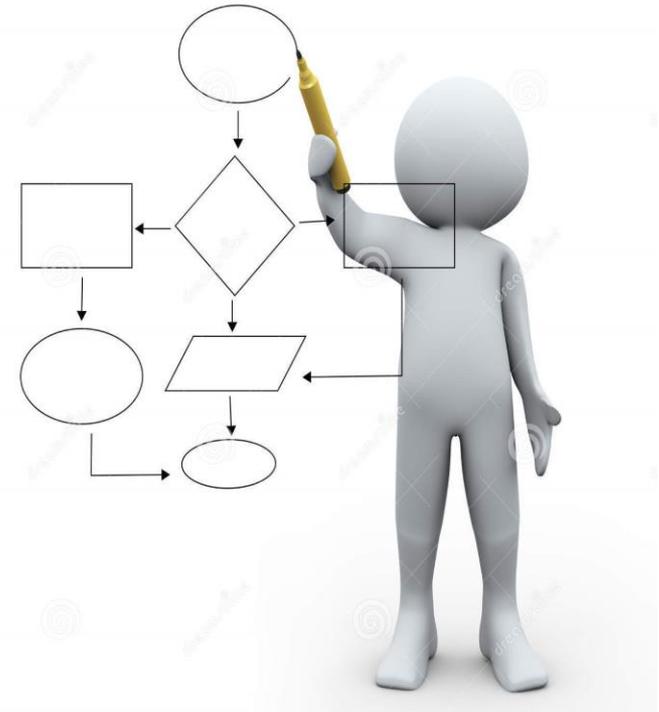
Conectar de una forma distinta con nuestra audiencia

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

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



Síguenos



[/concertv](#)



[@concertv](#)

www.concertv.gob.pe