



1st International Joint Staff Training Event

TIC Audiovisual

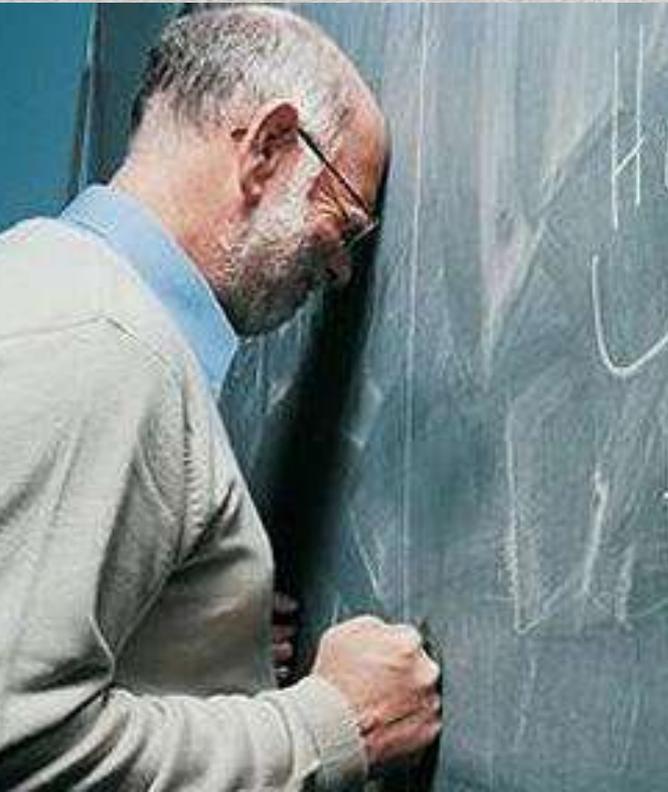
CPIA Padova, 20-24 de marzo de 2017

Project 2016-1-ES01-KA204-025159 ERASMUS+

*Sharing effective educational practices and systematizing a training competences programme
for employment and inclusion for vulnerable adults*



Javier Fombona
fombona@uniovi.es
Universidad de Oviedo



TIC

Gestión Informática

Gestión Internet

Dispositivos móviles

Dispositivos avanzados

Recursos educativos

Hardware

Software

Audiovisuales

etc.etc



TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Importancia de usar múltiples metodologías de probado éxito

1. TIC&Audiovisual: soporte/método tan importante como su contenido
 2. WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual.
 3. Audiovisual: un modelo afectivo.
 4. Neuromarketing: conexiones neuronales largas.
 5. Satisfacción de los objetivos de los alumnos.
 6. Modelo escolar tradicional Vs Modelo de los medios.
 7. Uso de imágenes nucleares en la información.
- 

FRACASO de las METODOLOGÍAS tradicionales de Aprendizaje y Enseñanza

¿Ineficacia del docente?

¿Cuántos estudiantes pagarían dinero por asistir a nuestras clases?



¿El conocimiento debe de ser fatigoso?
...y cansado ejercitar el músculo mental o existe una estrategia placentera de ejercitarlo.

¿La tecnología elimina la parte pesada y dejar lo atractivo del aprendizaje? ¿es bueno que sea así?

"Lectura de imágenes"

Unión de imágenes

Unión de imágenes

4 (fombona@uniovi.es)

¿Cuál es la situación cultural de nuestra sociedad?

Domínio AUDIOVISUAL.

Poder de la TV /Pantallas:

Muchas horas al día viendo pantallas.



En los últimos años:

- 95,3% de los niños de 4 a 12 años ven TV 3 1/2 horas / día, el bloque favorito es la noche, entre las 22h. y las 22h30.

(Corporación Multimedia y Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)

TICAudiovisual: metodología exitosa

El modelo audiovisual como
referencia de eficacia
en la difusión del conocimiento...



**El procedimiento,
el método:
¡es tan importante
como el contenido!**

E-learning (PC)
M-learning (mobile)
B-learning (+profesor)
Mooc (curso abierto)
Micro learning (miniUD)
Rapid learning
Webinar (Skype)
etc



TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de probado éxito.

1. **LAS TIC y el Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido**

Lo más buscado en Google

Google.com - Fastest Rising

1. twitter
2. michael jackson
3. facebook
4. hulu
5. hi5
6. glee
7. paranomal activity
8. natasha richardson
9. farah fawcett
10. lady gaga

Google News - Fastest Rising

1. swine flu
2. susan boyle
3. jon and kate
4. adam lambert
5. rihanna (chris brown)
6. new moon
7. inauguration
8. michael jackson
9. nadya suleman
10. missing linkfound

Google Book Search - Fastest Rising

1. twilight
2. new moon
3. eclipse
4. untamed
5. democracy in america
6. mere christianity
7. the second sex
8. city of glass
9. pretties
10. the last olympian

Google.com - Fastest Falling

1. john mccain

Lo más buscado en Google en el mundo

1. Pokémon Go

2. iPhone 7

3. Donald Trump

4. Prince

5. Powerball

6. David Bowie

7. Deadpool

8. Olympics (Juegos Olímpicos)

9. Slither.io

10. Suicide Squad (Escuadrón suicida)

Fastest Rising

1. itv player
2. new moon
3. new balépis
4. nfl replay
5. lady gaga
6. hotmail
7. michael jackson

Fastest Rising Searches (First Half 2009)

1. eurovision 2009
2. susan boyle
3. jade goody
4. lady gaga
5. robert patinson

People - Fastest Rising

1. jady goody
2. lady gaga
3. michael jackson
4. robert patinson
5. megan fox

Festivals - Fastest Rising Searches

1. annett festival (any)
2. annett festival (any)
3. annett festival (any)
4. coca cola zero fed (music festival held in 2009 in south africa)
5. lesbian film festival (various film festivals across EU)

1. windows7
2. tamiflu
3. alli
4. nokia n97
5. lightscribe

1. facebook
2. youtube
3. hotmail
4. ebay
5. yahoo
6. tuenti
7. google
8. msn
9. gmail
10. nasa kiva

Fastest Rising Searches: Second Half of 2009

1. win for life (mobile lottery application)
2. fifa 10
3. secret story 3
4. facebook
5. schweinegrippe

Events - Fastest Rising Searches

1. vma (mtv video music awards USA)
2. idat (International Society of Transport Aircraft Trading, France)
3. dats (Delhi Sustainable Development Summit, India)
4. bbc proms (music festival, United Kingdom)
5. eurochocolate (chocolate festival, Italy)

Mobile Application Searches - Fastest Rising

1. youtube app
2. facebook app
3. iplayer app
4. google maps app

Windows 7 - Fastest Rising searches

1. windows7
2. tamiflu
3. alli
4. nokia n97
5. lightscribe



Eibar - Celta de Vigo

1 3.60 X 3.50 2 2.10

Apuesta € Cuota 0,00

Gana € [¡Apuesta ahora!](#)

CHARLA CARLOS CARPIO



"La baja de Marcelo ante el Atlético es tan importante como la de Modric y Bale"

Carlos Carpio, subdirector de **MARCA**, respondió a los internautas.

LOS BLANCOS YA PREPARAN EL DERBI

Benzema sigue sin entrenarse



40 19/04/15 14:48



El Real Madrid comenzó a preparar el **derbi madrileño** ante el Atlético de Madrid en su regreso a los

[¡Apuesta ahora!](#) **bwin**

EN VIVO EL 'DERBY DE LA MADONINA'

Sigue en directo el Inter-Milan



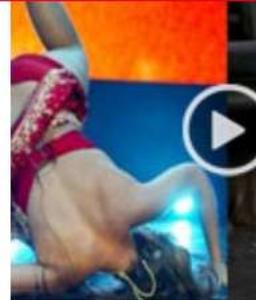
19/04/15 20:15



Inter y Milan, que se encuentran en tierra de nadie en la **Serie A**, se juegan el 'derby de la Madonina'.

FÓRMULA 1 / EL INGLÉS, AÚN MÁS LÍDER DEL MUNDIAL

Victoria de Hamilton y Alonso roza los puntos



Las caídas más bestiales de las celebrities



MARCA EN TU MÓVIL



Microsoft Word es un software destinado al [procesamiento de textos](#).

Fue creado por la empresa [Microsoft](#), y actualmente viene integrado en la *suite* ofimática [Microsoft Office](#).¹

Originalmente fue desarrollado por [Richard Brodie](#) para el computador de [IBM](#) bajo [sistema operativo DOS](#) en 1983. Se crearon versiones posteriores para [Apple Macintosh](#) en 1984 y para [Microsoft Windows](#) en 1989, siendo para esta última plataforma las versiones más difundidas en la actualidad. Ha llegado a ser el procesador de texto más popular del mundo.

Contenido [ocultar]

1 [Reseña histórica](#)

2 [Versiones](#)

3 [Formatos de archivos](#)

3.1 [Formato DOC](#)

3.2 [Formato RTF](#)

3.3 [Otros formatos](#)

4 [Alternativas abiertas](#)

5 [Referencias](#)

6 [Enlaces externos](#)

6.1 [Ayuda y Soporte](#)

6.2 [Recursos de terceros](#)

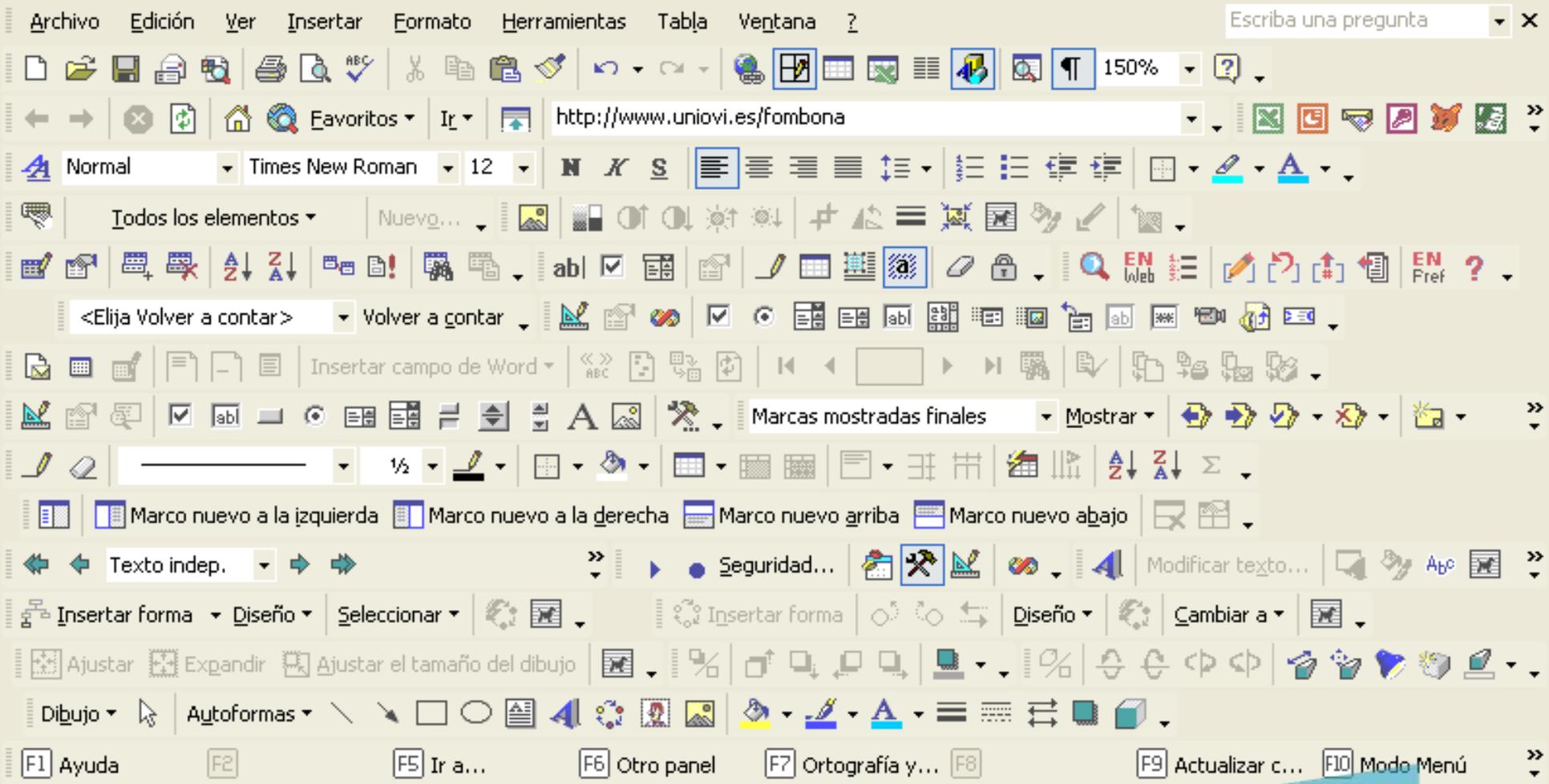
Reseña histórica

[\[editar\]](#)

En sus inicios, MS Word tardó más de 5 años en lograr el éxito en un mercado en el que se usaba comúnmente [MS-DOS](#), y cuando otros programas, como [Corel WordPerfect](#), eran mucho más utilizados y populares.

La primera versión de Microsoft Word fue un desarrollo realizado por Charles Simonyi y Richard Brodie, dos ex-programadores de [Xerox](#) contratados en 1981 por [Bill Gates](#) y [Paul Allen](#). Estos programadores habían trabajado en Xerox Bravo, que fuera el primer procesador de textos desarrollado bajo la técnica [WYSIWYG](#) ("What You See Is What You Get"); es decir el usuario podía ver anticipadamente, en pantalla, el formato final que aparecería en el impreso del documento. Esta primera versión, Word 1.0, salió al mercado en octubre de 1983 para plataforma [Xenix MS-DOS](#); en principio fue rudimentario y le siguieron otras cuatro versiones muy similares que no produjeron casi impacto en las ventas a usuarios finales.

La primera versión de Word para [Windows](#) salió en el año 1989, que si bien en un entorno gráfico resultó bastante más fácil de operar, tampoco permitió que la notablemente. Cuando se lanzó al mercado Windows 3.0, en 1990, se produjo el real despegue. A Word 1.0 le sucedieron Word 2.0 en 1991, Word 6.0 en 1995, la versión se introdujo a fin de que coincidiera con la numeración del versionado de [Windows](#), tal como fue Word 95 y Word 97. Con la salida del Windows 2000 (homóloga de Word 10.0) la versión Word 2002 emergió en la misma época que el sistema [Microsoft Office XP](#), en el año 2001; un año después le siguió la versión



Voy a escribir algo...

Microsoft Word es Icónico

Salto de página

TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Importancia de usar múltiples metodologías de probado éxito

1. TIC&Audiovisual: soporte/método tan importante como su contenido

WEB 1.0 visual WEB 2.0 video e interactiva WEB 3.0 Big data

Potencial de la WEB 1.0 en educación e investigación

ENCICLOPEDIA
UNIVERSAL

MICRONET

Catálogo Multimedia

Distribuidores

Comunicación

Prensa

Novedades

Contenidos

Ejemplos de Artículos

Opciones disponibles

Atlas Geográfico

Atlas de Anatomía

Atlas Histórico

La Galería

Créditos

Recreativos

Favoritos

Efemérides y Anuario

Actualizaciones

Sugerencias

Atención al Cliente
Requisitos Sistema

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL MICRONET Atlas Anatómico

SISTEMA CIRCULATORIO (ESTRUCTURA FRONTAL DEL CORAZÓN)

Diagram illustrating the structure of the heart (frontal view) and its components. Labels include: Aorta, Vena cava superior, Aurícula izq., Arteria pulmonar, Arteria torácica izq., Ventriculo izq., Arteria torácica der., Ventriculo der., Arterias del corazón, and Surco interventricular anterior.

Diagram illustrating the structure of a blood vessel (cross-section). Labels include: Pálido, Ventosa, and Filamentos de actina y miosina.

Diagram illustrating the structure of muscle fibers (cross-section). Labels include: Miosina, Fibra muscular, Filamentos de actina y miosina, and Mitoconda.

ENCICLOPEDIA UNIVERSAL MICRONET



You aren't signed in [Sign In](#) [Help](#)

[Home](#) [The Tour](#) [Sign Up](#) [Explore](#)

Search destebani's photos [Search](#)



destebani's photos [pro](#)
[Collections](#) [Sets](#) [Tags](#) [Archives](#) [Favorites](#) [Profile](#)

[View as slideshow](#) (⌂)

DSC03601



Some rights reserved.
Uploaded on [Jul 6, 2007](#)
[0 comments](#)

mirror7-7-0.0



Some rights reserved.
Uploaded on [Jul 6, 2007](#)
[0 comments](#)

DSC03677



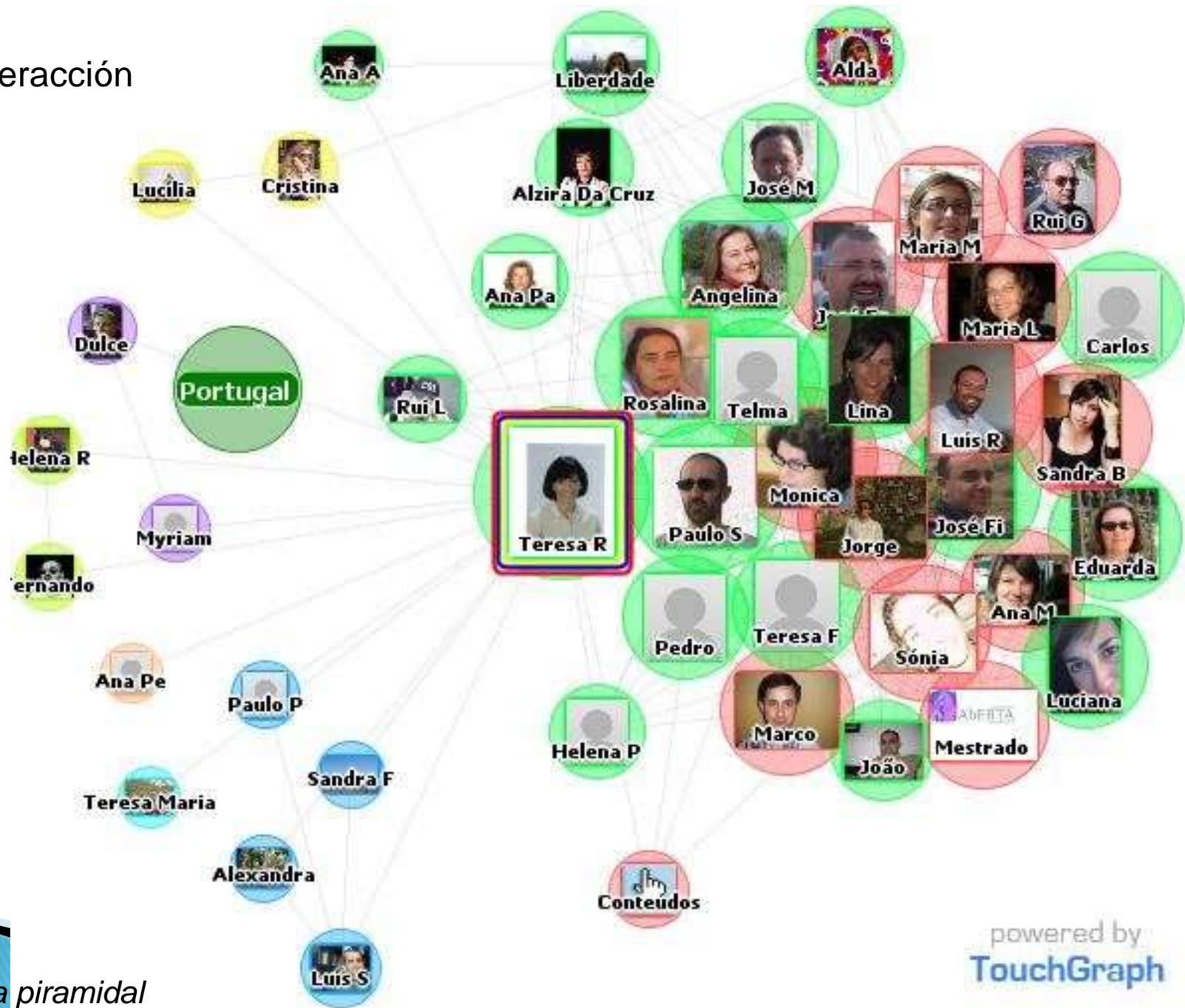
DSC03675



[Sapa \(Vietnam\)](#)
66 photos

[Bahía de HaLong \(Vietnam\)](#)
24 photos

WEB 2.0 Interacción



Cadena piramidal

boingboing

TECH, CULTURE AND THE ARTS
VIDEOS • FEATURES • BAZAAR
ARCHIVES • REVIEWS • SUGGEST



Cybercat

Rob Beschizza at 7:26 PM Fri



Wired's Priya Ganapati:

INTRODUCING
MOTOROLA **z1**

OUR FIRST
PUSH-TO-TALK
SMARTPHONE

[LEARN MORE](#)

A Motorola z1 smartphone is shown at an angle, displaying its screen with various icons and a clock. The phone is silver and black. The background is a textured, brownish surface.

FOLLOW
[TWITTER](#) • [FACEBOOK](#)

SUBSCRIBE
[RSS](#) • [EMAIL](#) & [BULL TELEGRAM](#)

COMMENT
[LOG IN](#) • [REGISTER](#)

COMIC
[TOM THE DANCING BUG](#)

[ADVERTISE](#) • [POLICIES](#) • [COMMENT POLICY](#)

[J/K TO SCROLL POSTS](#) • [100 LATEST COMMENTS](#)

Entornos virtuales icónicos

Flight Simulator

1978



1999



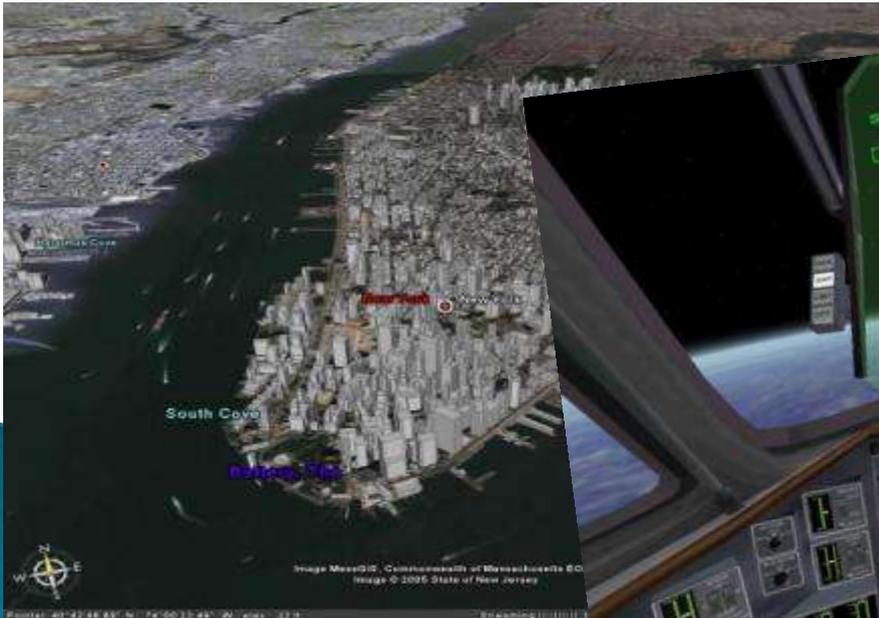
2003



2007



2010





- *Los jóvenes de 13 a 24 han reducido el visionado de TV.*

Fin de la hegemonía AV tradicional (TV, cine...)

Dominio de la figura del usuario con un perfil singular consumidor

WEB 2.0

- ▶ Intercambio de conocimiento: Espacios interactivos, foros, blogs,
- ▶ Estrategias de marketing: lúdico **entretenimiento** dinamismo objetivos tangibles...
- ▶ Alumno/cliente a conquistar

L e n g u a j e i c ó n i c o

"Lectura de imágenes y contenidos" Javier Fombona

20 (fombona@uniovi.es)



[Inicio](#) [Documentos](#) [Tests](#) [Aulas](#) [Chuletas](#) [Amor](#) [Foros](#) [Postales](#) [Envía tus apuntes](#)

Buscador



Escribe aquí tu búsqueda



Buscar



Ayuda

Documentos

Apuntes

Lecciones, temas, cursos...

Exámenes

Pruebas, reválidas, preguntas...

Trabajos

Resúmenes, monografías, informes, síntesis...

Prácticas

Problemas, ejercicios, modelos y plantillas...

Otros documentos

Leyes, constituciones, tablas de ayuda, nomendaturas...

Los más buscados

- Verdad caso Savolta
- Ética para Amador
- Historia de una escalera
- Gentilicios
- Bajarse al moro
- Luces de bohemia
- Gimnasia rítmica



envía tus apuntes

SlideShare is the best way to share presentations, documents and professional videos. Get a free account to upload and share. Or go PRO to get more.

TOP PRESENTATIONS OF THE DAY View all

Did you know: Amazon Web Services drives these companies...

Amazon.com: the Hidden Empire from Iabernovel

Easy PowerPoint Visuals

Use Auto-Sequencing and Storyboards.

Free Trial

www.SmartDraw.com

SPOTLIGHT: JS Conference 2011

Zepto and the rise of the JavaScript Micro-Frameworks

Writing an (in)secure webapp in 3 easy steps

Mobile Knife Fighting at JSConf US

FEATURED Get featured

<p>Opportunity in Google's Social 2691 views</p>	<p>Authority in the Age of Overload 1301 views</p>	<p>Why could Google die? 1740 views</p>	<p>Jason Dea - Turning ideas into revenue 2738 views</p>
<p>A week in London 2341 views</p>	<p>Digital Fun for the Digital Home 2081 views</p>	<p>Internet world - Four approaches to User 2940 views</p>	<p>ChangeThis \$2.85 How to Sharpen Your 3088 views</p>

YouTube GOOD WORK

HAZ clic aqui

TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de probado éxito

1- Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido

2- WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual

Audiovisual es un modelo afectivo

Organizar metodologías / recursos apoyados con las TIC

Informáticas /

AudioVisuales

Herramientas / **Lenguaje y contenidos**

Difícil diferenciar: Convergencia

Modelos

Linguaje visual

Lingüístico, racional



O escritor João Carlos na E.B.1 de zarfe

Hoje o escritor João Carlos veio à minha escola, com o seu sentido de humor até devia ser doutor!

Veio apresentar o seu livro "Inspiração do compositor." Era tudo muito interessante! É nada tinha de horror, eram histórias a rimar. É agora vem o livro da criança que nos vai encantar...

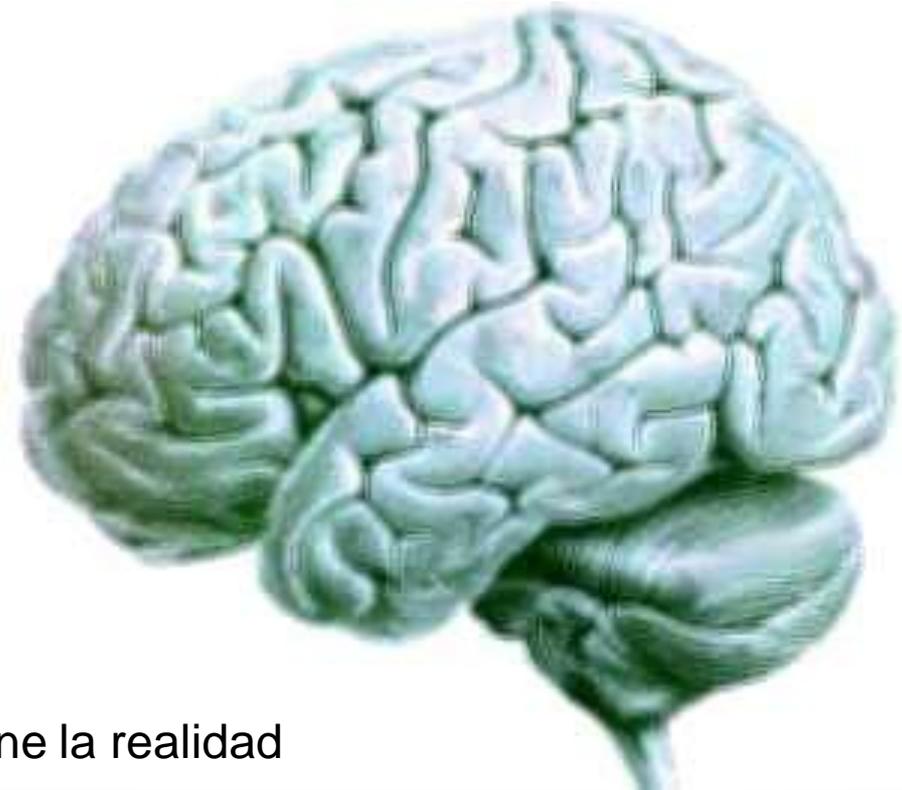
Nós lemos partes do seu livro muito interessantes. Quem me dera que o livro fosse meu! Ele leu-nos como começou a escrever. Achei muito bonito e adorava ver. O escritor tinha família cá em zarfe. Eram os serrateiros. E viviam nesta pequena aldeia e nos campos tinha palheiros. No lugar de Fundevila eles habitavam. É deserto ele e os seus irmãos era lá que brincavam.

Adorei o escritor na minha escola. Vou guardar todas estas lembranças na minha memória.

Bruna Martins

11/05/2010

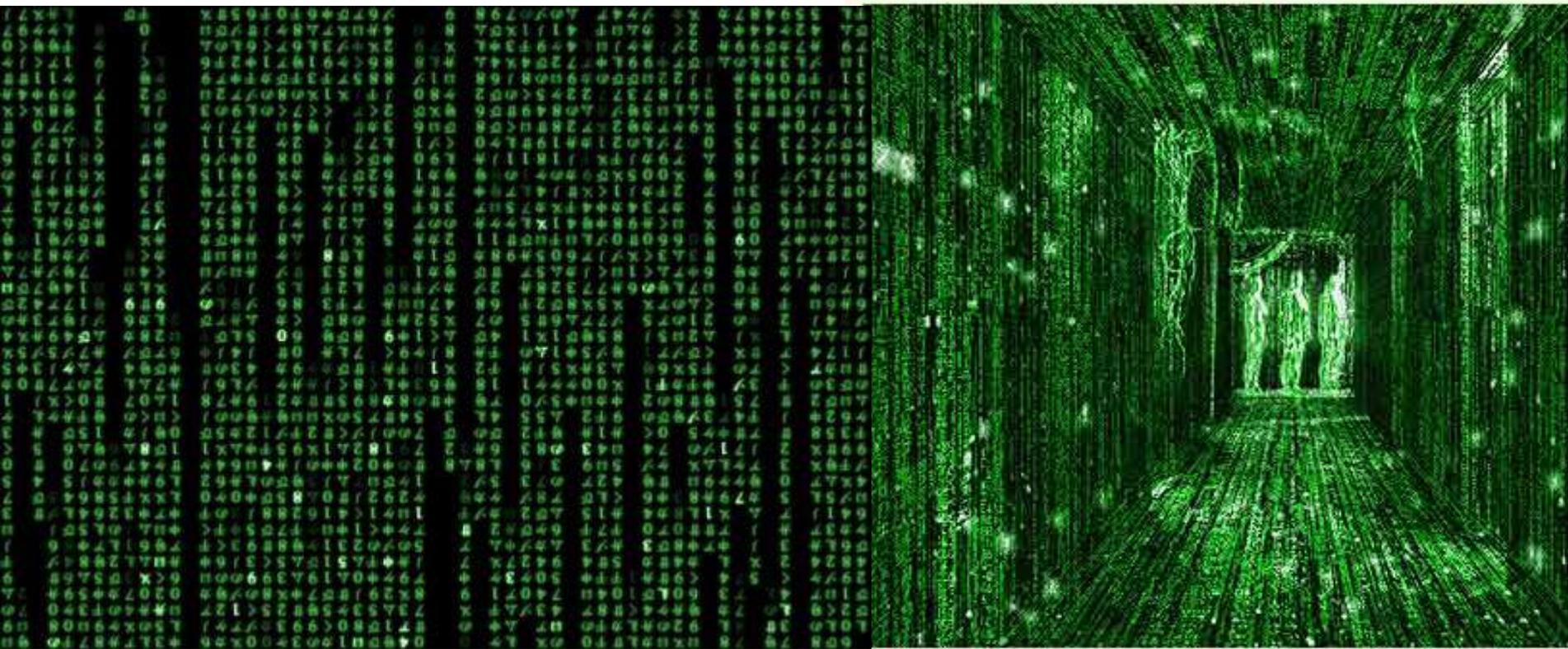
豚



El cerebro recompone la realidad

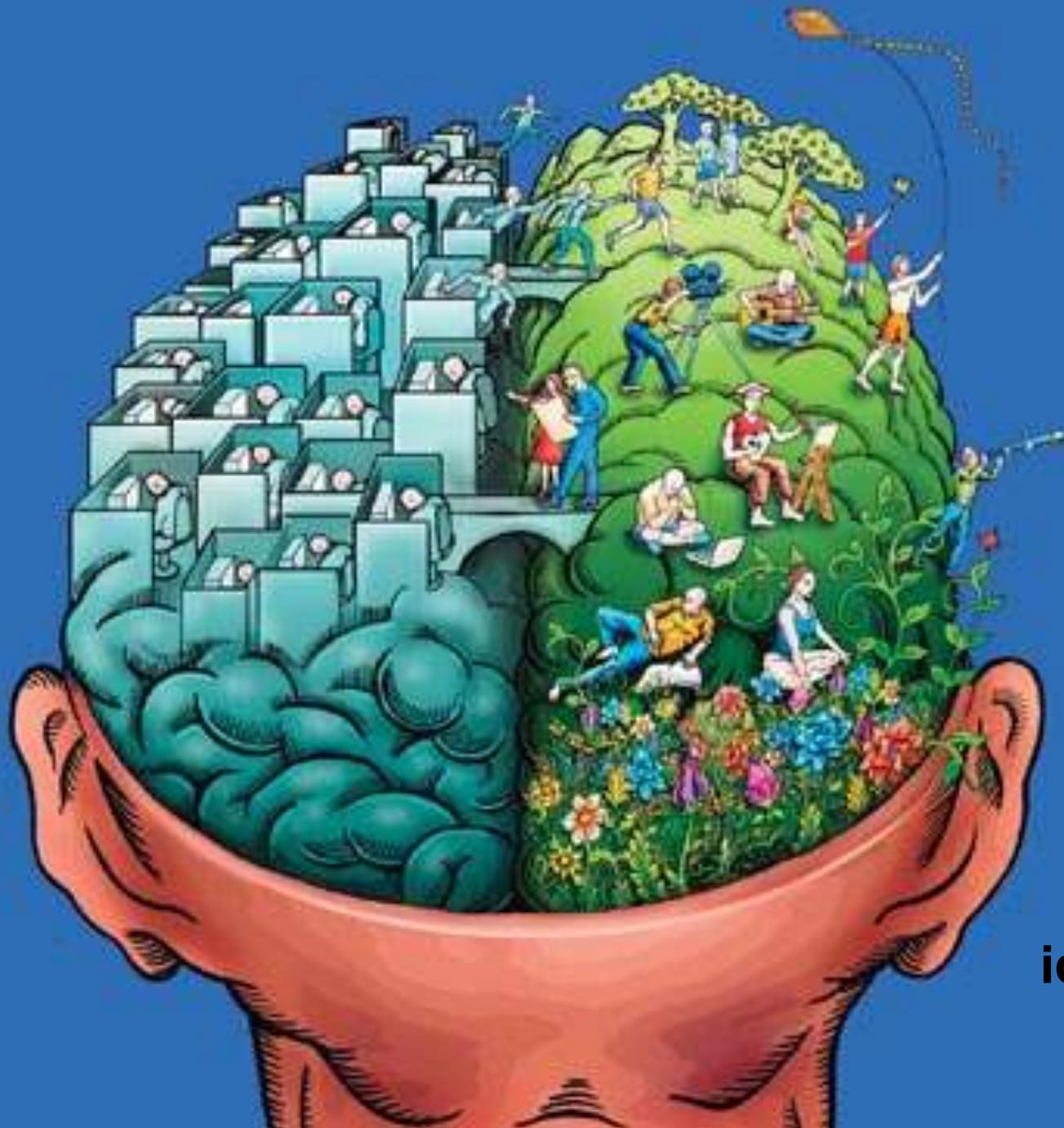


El cerebro recompone la realidad



Matrix

Texto

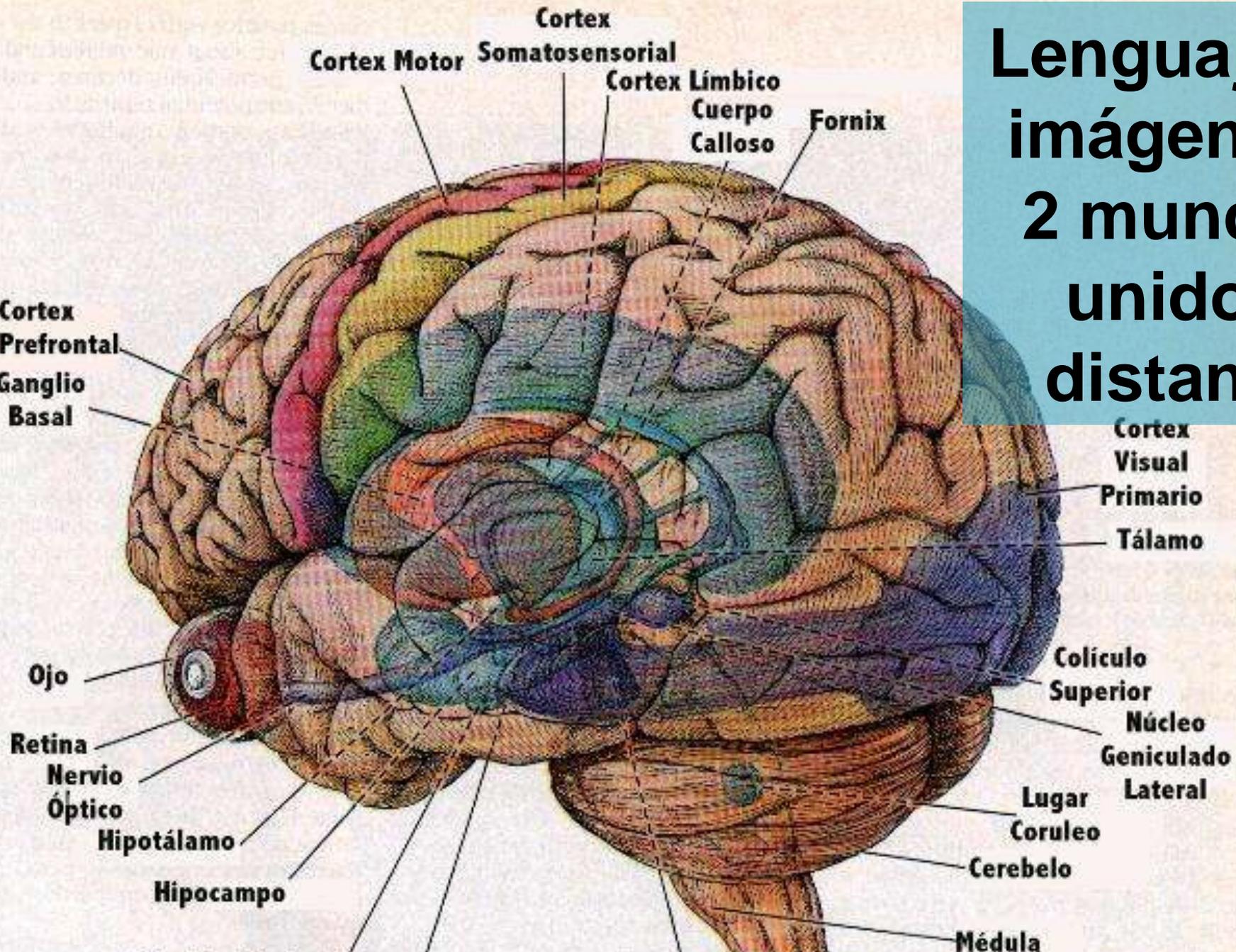


icónico



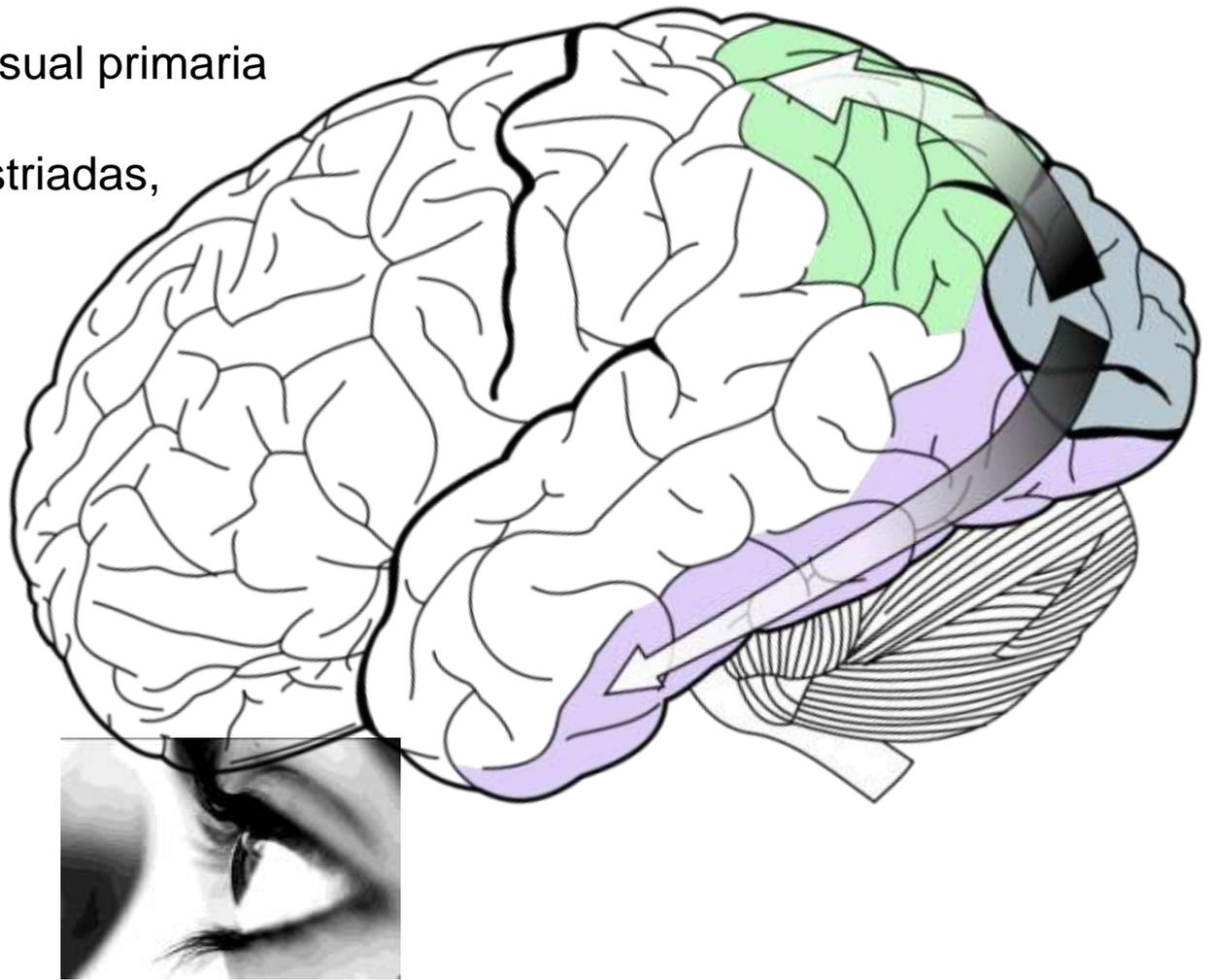
Lenguaje son la Broca y la de Wernicke : izquierda

Lenguaje e imágenes: 2 mundos unidos y distantes



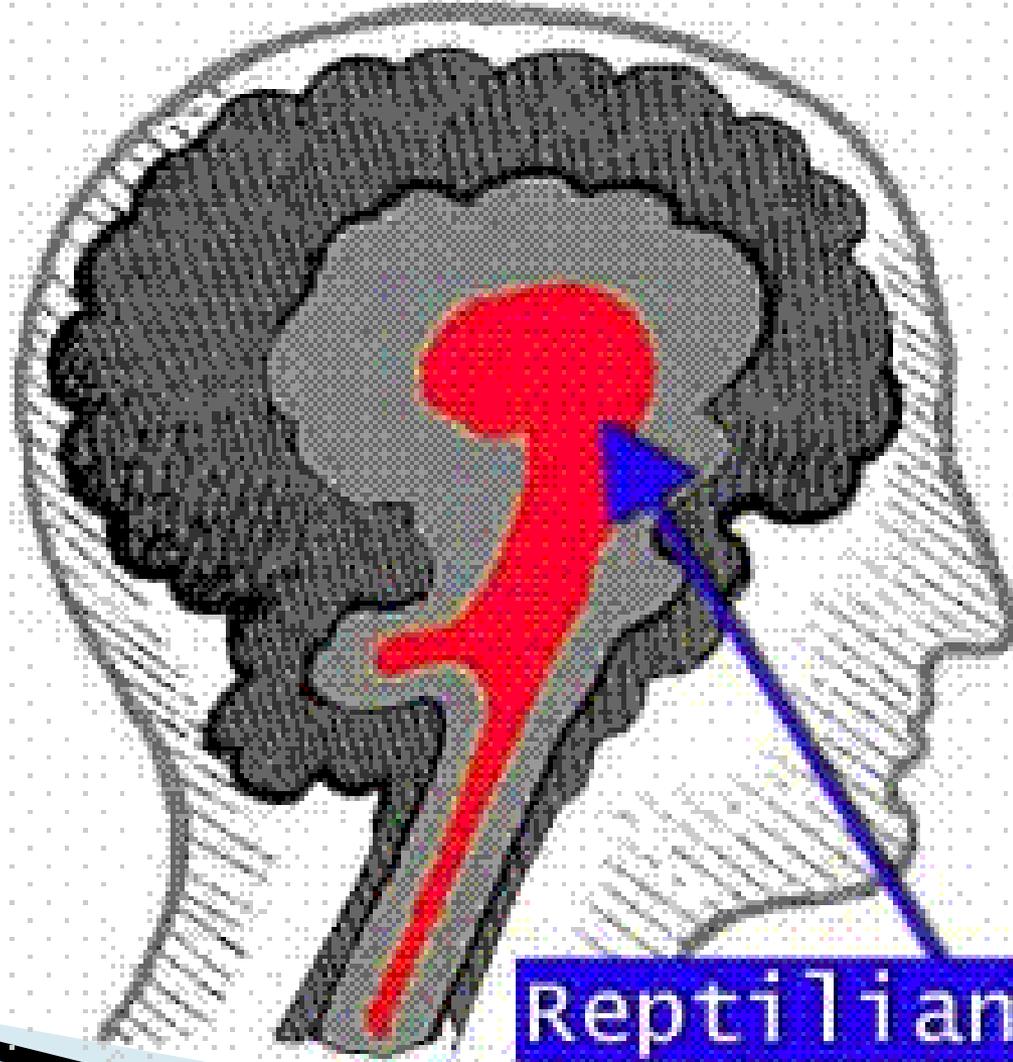
Visión = Talamo a Corteza visual primaria
(Corteza estriada o V1)
y Áreas visuales corticales estriadas,
(V2, V3, V4, y V5).

Visión envía al
cerebro un billón
de mensajes al
segundo



Proceso de visión pasa por la partes primitivas y emocionales del cerebro

Tálamo e hipotálamo y límbico



Inteligencia emocional/racional

- ▶ Emociones

amígdala-límbico

inconsciente/automática/veloz/gestión innata



- ▶ Razonamiento:

Neocortex

consciente/voluntario/requiere tiempo/aprendizaje



ola

-ola

Donde tas?

-Akí, y tu

Yo también akí ☺

-XD XD

Aguanto a este pesado (yo) :'(

-NÚMERO de palabras límite en twenti y t

ENVIA SILBIDOS

- XD XD

Tu K haces?

-Nada y tu?

Yo tampoco hago nada.....

TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de éxito.

1 - Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido

2 - WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual

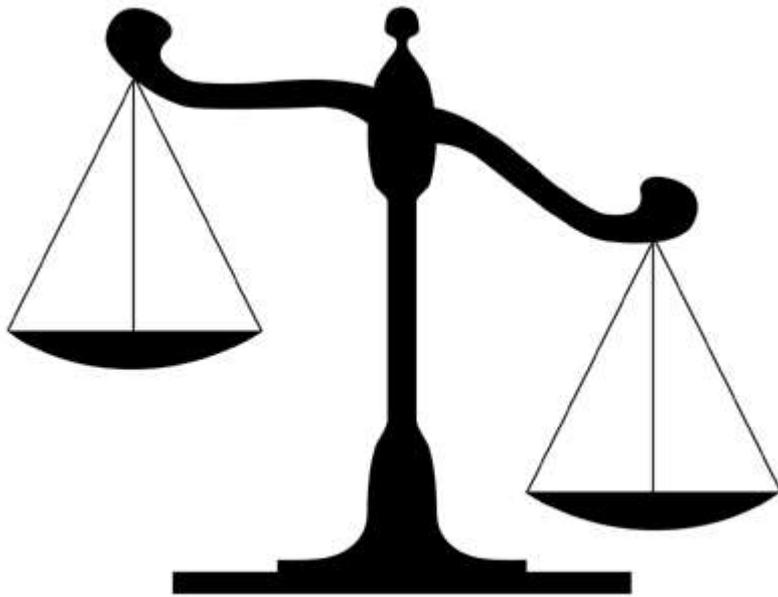
3 - Audiovisual es un modelo afectivo

Neuromarketing



Gestión Racional Vs. Emoción

Modelo escolar – Modelo AV



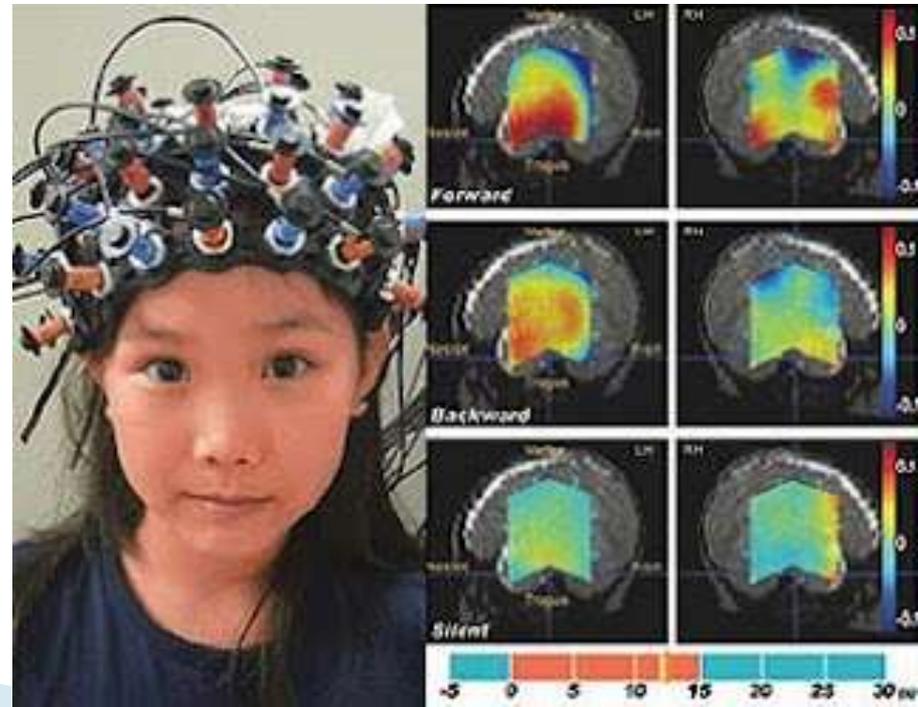
Neuro... marketing

- ▶ Antonio Damasio

Contaminación emocional en toda decisión racional

- ▶ Pradeep A.K. Neurofocus

Los cuestionarios condicionan y dan resultados erróneos.

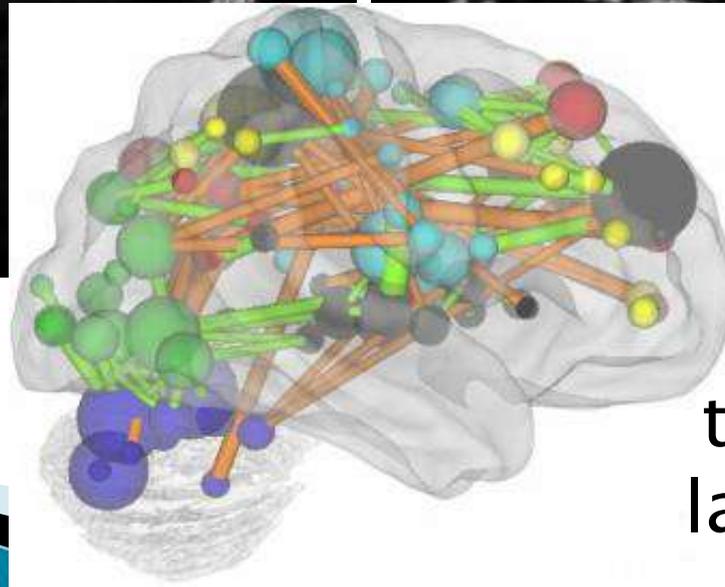
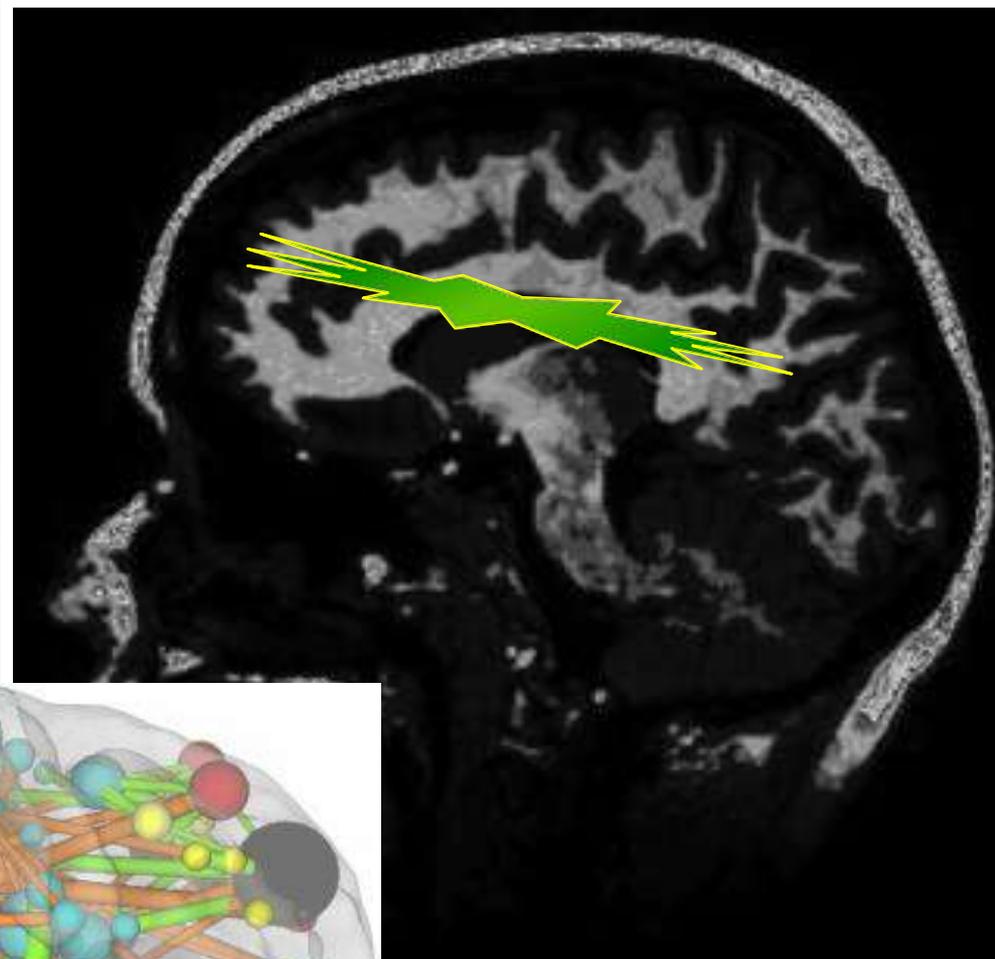
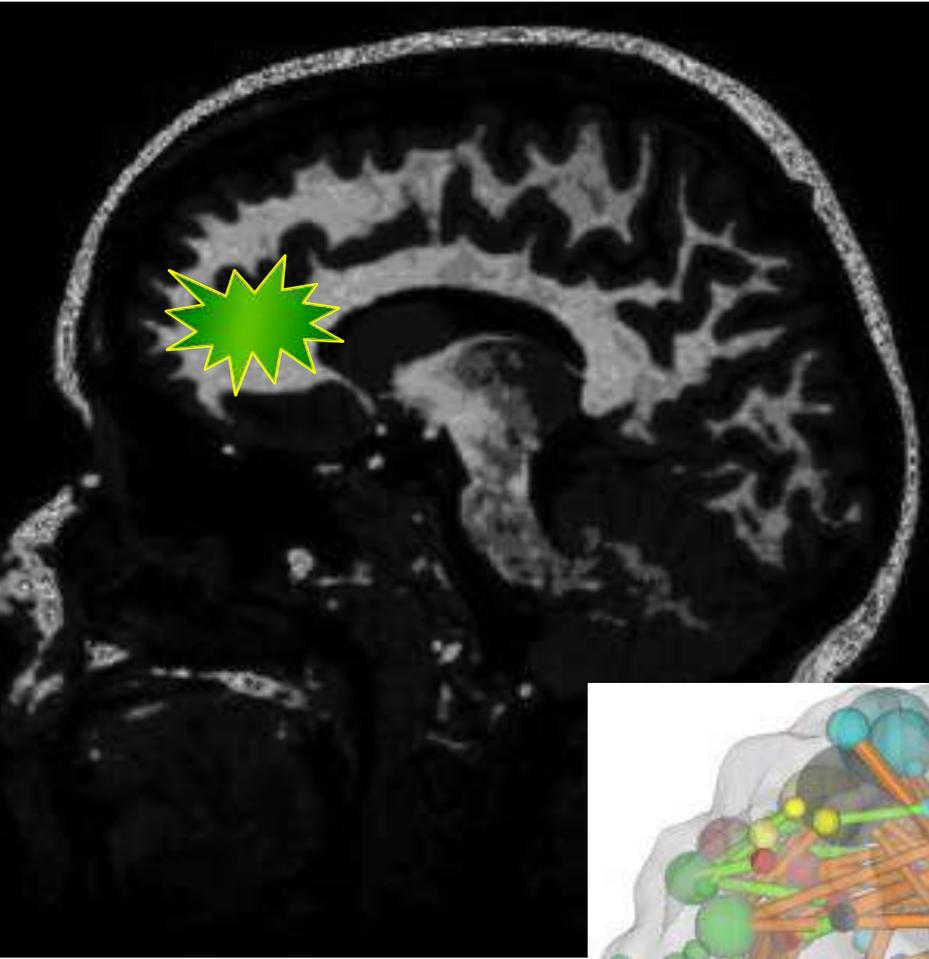




Brain-on
Fabio Babiloni
Dpt^o. Neurofisiología
Univ. Sapienza Roma 1



Huella localizada Vs. interconectada



Cerebro maduro
tiene Conexiones
largas(Dosenbach)

TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de éxito.

1 - Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido

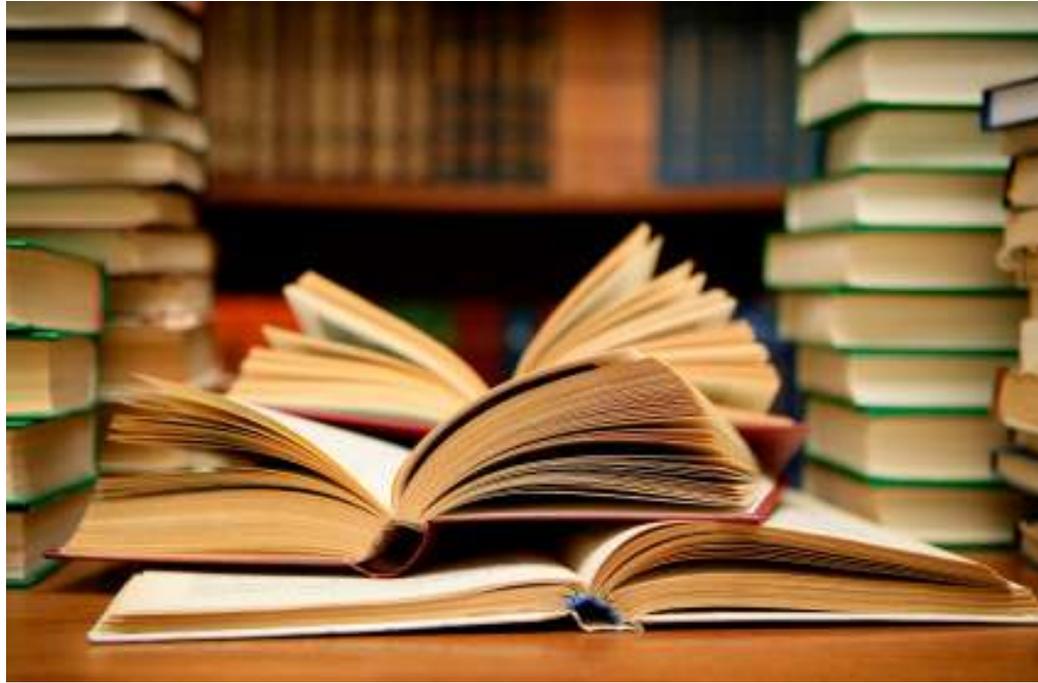
2 - WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual

3 - Audiovisual es un modelo afectivo

4 - **Neuromarketing: Es eficaz hacer conexiones neuronales largas. Uniendo partes distantes del cerebro, escritura/video, emoción/pensamiento racional, presente/pasado, temor/amor, etc**



La escuela reproduce siempre el mismo modelo de estudiante



Cultura y progreso en fuentes lingüísticas

Robison, K. (2005). [How creativity, education and the arts shape a modern economy](#)
Education Commission of the States, April.

Youtube: Sir Creatividad

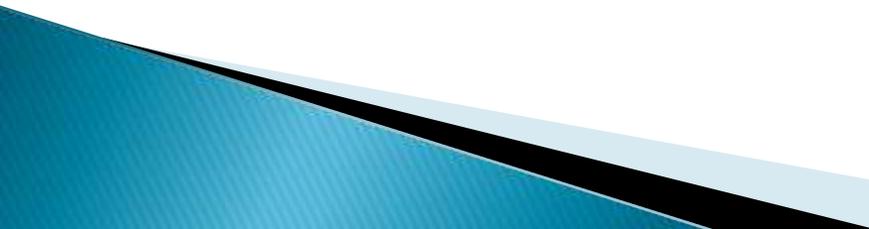
<http://www.youtube.com/watch?v=zDZFcDGpL4U>

¿Cuál y cómo es el libro más leído del mundo?

¿Cuál y cómo es la película más difundida?

¿Cuál y cómo es la foto más vista?

Video más visto



¿Cuáles son los documentos más vistos en nuestra sociedad?

YouTube - Broadcast Yourself. - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Multimedia

Dirección <http://www.youtube.com/> Ir Vínculos >>

msn Buscar Resaltar Opciones Ventanas emergentes bloqueadas (1) Hotmail Messenger Mi MSN Noticias

You Tube
Broadcast Yourself™

Hello, [jav33207](#) | [My Account](#) | [History](#) | [Help](#) | [Log Out](#) | [Country](#)

Danc.flv [Upload](#)

Search

Videos being watched right now...

Gangnam Style

Promoted Videos

- [Cuentase lo todo](#)
proyectafilms
- [Juan Carlos Navarro...](#)
fbarcelona
- [Real Madrid Acuerdo ...](#)
realmadridcf
- [How to dance like R...](#)
RoberX

Featured Videos [See More Featured Videos](#)

Featured Videos selected by:
[YouTube](#)

Featured Most Viewed Most Discussed Top Favorites

[What/ Who inspires you video con...](#)
From: [littleloca](#)
Views: 11,757

Post a response by July 10th. And NO, Ben Davis didnt give me the gear, fool.
www.stevieryan.tv
Time: **05:34** More in [People & Blogs](#)

[Show Us How You Shake It!](#) Rate this video
From: [nesquikcontest](#)
Comments: [0](#) 1562 ratings

[My Videos](#) | [My Favorites](#) | [My Playlists](#)
[My Channel](#) | [My InBox](#) | [My Subscriptions](#)

Inicio 7 Explorado... Tecnología y f... calidad2.doc -... Documento1 -... hmmm -... YouTube - Br... ES 20:40

- ▶ ¿Cómo logra tal poder el audiovisual?
- ▶ ¿Qué atractivo tienen para el usuario?
- ▶ ¿Que efectos tiene en el perfil de nuestro alumnado?
- ▶ ¿Podríamos aprovecharnos y hacer recursos tan eficaces?



imagenes y
" Javier

uniovi.es)

Eficacia del Audiovisual para Competir: Marketing (ESTRATEGIAS de conquista del cliente)

sinó a la calle

- Planificación para dominar mercados.
- Maximizar los beneficios.
- Manipular de la demanda.
- Estudio de perfiles rentables.
- Colonización cultural.
- Dominio y globalización de mercados.
- *El producto es bueno si la gente lo compra.*



■ Etc.

¿Qué soluciones da el sistema educativo a qué problemas de los jóvenes?

▶ ¿Qué quieres ser cuando seas grande?



TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de éxito.

- 1 - Audiovisual: soporte y método es tan importante como el contenido
- 2 - WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual
- 3 - Audiovisual es un modelo afectivo
- 4 - Neuromarketing: conexiones largas

Satisfacción de objetivos de tus alumnos/clientes



¿Qué soluciones da el sistema educativo a qué problemas de los jóvenes?

▶ ¿Qué quieres ser cuando seas grande?

*** Felicidad ***

- Respuestas de los media
- Respuestas del sistema educativo

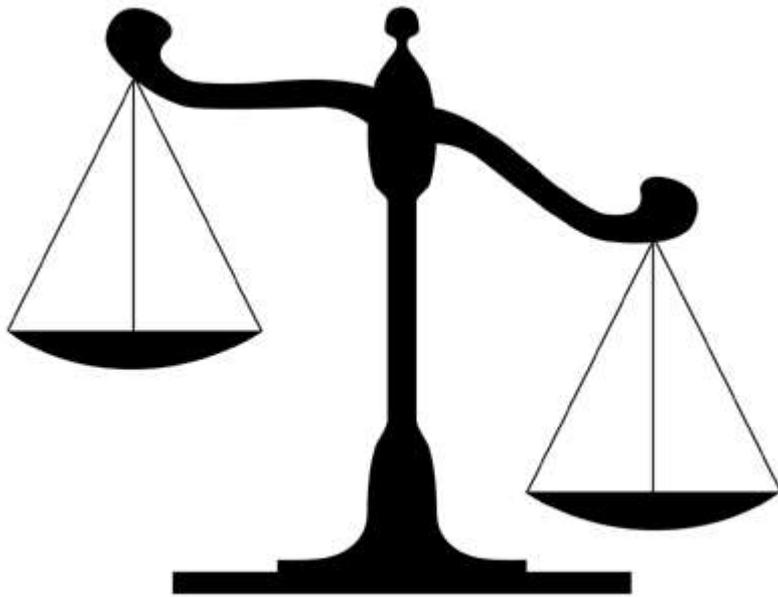


Los Medios ¿Qué soluciones nos “regalan” y cómo se nos presentan?



Gestión Racional Vs. Emoción

Modelo escolar – Modelo AV



TIC Audiovisual: La metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de éxito.

- 1 - Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido
- 2 - WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual
- 3 - Audiovisual es un modelo afectivo
- 4 - Neuromarketing: conexiones largas
- 5- Satisfacción de los objetivos de los alumnos

- Modelo escolar tradicional Vs Modelos de los medios (algunas referencias de eficacia)

¿Qué estrategias hacen a los MEDIOS tan eficaces?

¿Cómo hacer metodologías atractivas?

¿Que estrategias hacen al *audiovisual* eficaz??

¿Que estrategias hacen la *escolar* eficaz??

Las estrategias orientadas a la eficacia: ofrecer datos, **entretener**, y acompañar **constantemente**.

Objetivo en ayudar a la construcción del conocimiento, **aburrido**, no ocupándose de entretener ni acompañar.

Mensajes llegan desde medios cercanos, en espacios cotidianos, entran en el **hogar familiar**.

Por el contrario el docente parece que se **distancia** en su elite cultural.

Reiteran **soluciones inmediatas** a cuestiones vitales: problemas y sus soluciones rápidas y fáciles. La felicidad con los productos del mercado.

Las soluciones que marca el docente alcanzan una visión a **medio y largo plazo** en la vida del alumnado. Y suele ser tras varias décadas cuando el alumno se da cuenta de la trascendencia de su formación.

Sus contenidos son **reiterados** desde distintas fuentes, no contradictorias entre sí.

Plantea el estudio científico del saber y del **error**, su discurso valora el esfuerzo, la tenacidad.

Formas **icónicas**, y reduce la lectura a expresiones complementarias.

El profesor tradicional cuya didáctica gira en torno a la lectura del **texto escrito**.

Resuelve las cuestiones a través de las imágenes, es una concreción **autoexplicativa** (las imágenes deben de contener todos los elementos para narrar los contenidos al completo) .

La **abstracción reflexiva** requiere el pensamiento racional profundo. Es una contraposición entre la verosimilitud típica de los elementos icónicos y la abstracción de lo cognitivo.

Exageran y dramatizan sus contenidos. Se dirige al ámbito de las sensaciones, la fascinación y fantasía.

Se orientan al razonamiento **lógico** objetivo, al análisis profundo y extenso de los datos, el realismo científico de la formación tradicional.

Sus formas son muy **dinámicas, agresivas**, llenas de espectáculo.

Interesa la **realidad**, la solución lenta de los problemas o la contextualización profunda de los fenómenos.

Descripciones efímeras, sencillas, y generan un **conocimiento superficial y mosaico**, reordenan rápidamente la realidad en bueno y malo.

Marco para el conocimiento coordinado y **profundo**, con estudios rigurosos que exigen descripciones largas, reflexiones complejas, para entender múltiples dimensiones de los problemas.

<p>Ubicuidad, presentación aleatoria, dispersa, caótica, tan pronto observamos un terremoto como una actividad deportiva...</p>	<p>El aula sigue un planteamiento estructurado, lineal y sistemático (marcado en un sistema de documentos, programaciones, etc.).</p>
<p>Los objetivos de los medios son económicos y materiales a corto plazo con soluciones inmediatas (¡elimine sus problemas ya!).</p>	<p>El profesor busca logros a largo plazo: la formación y el desarrollo de la persona, y las soluciones a los problemas son a través del método científico y largo.</p>
<p>No exigen actividad a sus audiencias pasivas. Es innecesario de reflexionar sobre mensajes que se ofrecen fáciles y ya “digeridos”.</p>	<p>El profesor requiere actividad por parte de sus audiencias. El esfuerzo y la reflexión profunda que requiere elevadas dosis de concentración.</p>

Contraste modelo MEDIOS AV y modelo ESCOLAR

Dirigido al corazón

Dirigido a la razón

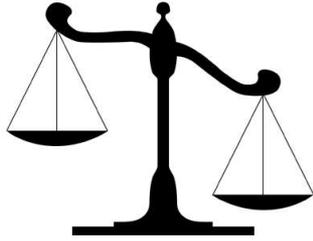
Desarma

Arma



Rac . Vs. Emo.

Rac. Vs. Emoc.



Propuesta

- ▶ Usemos estrategias Audiovisuales.
- ▶ Eduquemos la gestión emocional ¿?

TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

Es importante usar múltiples metodologías de probado éxito.

- 1 - Audiovisual: el soporte y el método es tan importante como el contenido
- 2 - WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual
- 3 - Audiovisual es un modelo afectivo
- 4 - Neuromarketing: conexiones largas
- 5 - Satisfacción de objetivos de los alumnos
- 6- Modelo escolar tradicional Vs Modelos de los medios (algunas referencias de eficacia)

Uso de imágenes nucleares en la información (tipo 3)

Mostrar - ver -talamo- comprender
(PPT)



escribir-leer- comprender

Mostrar más que decir



**El 70% de
nuestros
aprendizajes
proceden del
sistema
visual**

Recurso AUDIOVISUAL

Tipo 1 – Texto.

Bla bla bla bla bla bla bla
bla bla bla bla
bla bla bla bla bla bla
bla bla bla bla bla bla bla bla

Tipo 2 – Texto acompañado de imagen.

Bla bla bla bla bla bla bla
bla bla bla bla
bla bla bla bla bla bla
bla bla bla bla bla bla bla bla



Tipo 3 – Imagen completada con texto.

Tipo 4 – Imagen.

- 1.- Vaughan video 1
historia de filosofía <http://www.youtube.com/watch?v=RnV-krW-nHw> 700
- 2.- Profe
lección español <https://www.youtube.com/watch?v=KpTUg9bzchl>
- 3.- Red social
common kraft
<https://www.youtube.com/watch?v=MpIOCIX1jPE> 2m
- 4.- Bad romance 600m
PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V 2km

Potencial educativo de la infografía en movimiento

Calendario oficial del proyecto

El tercer juego de esclusas entrará en funcionamiento entre 2014 y 2015.

- Diseños, pruebas y contratos
- Esclusas del Atlántico
- Esclusas del Pacífico
- Tinas de reutilización del agua
- Excavación seca de cauces acceso del Pacífico
- Dragado nuevos cauces y cauces existentes
- Profundización cauces navegación lago Gatún
- Subir nivel máximo de operación lago Gatún



Quién construirá las esclusas

Tres consorcios pujarán por las obras para diseñar y construir el tercer juego de esclusas.



Consorcios

GRUPOS UNIDOS POR EL CANAL

- Sacyr Valleherm.
- Impregilo
- Jan de Nul
- C. U. CUSA

CON: BECHTEL, TAISEI, MITSUBISHI

- Bechtel
- Taipei
- Mitsubishi

CONSORCIO CANAL

- ACS
- Acciona
- FCC
- Hochtief
- ICA



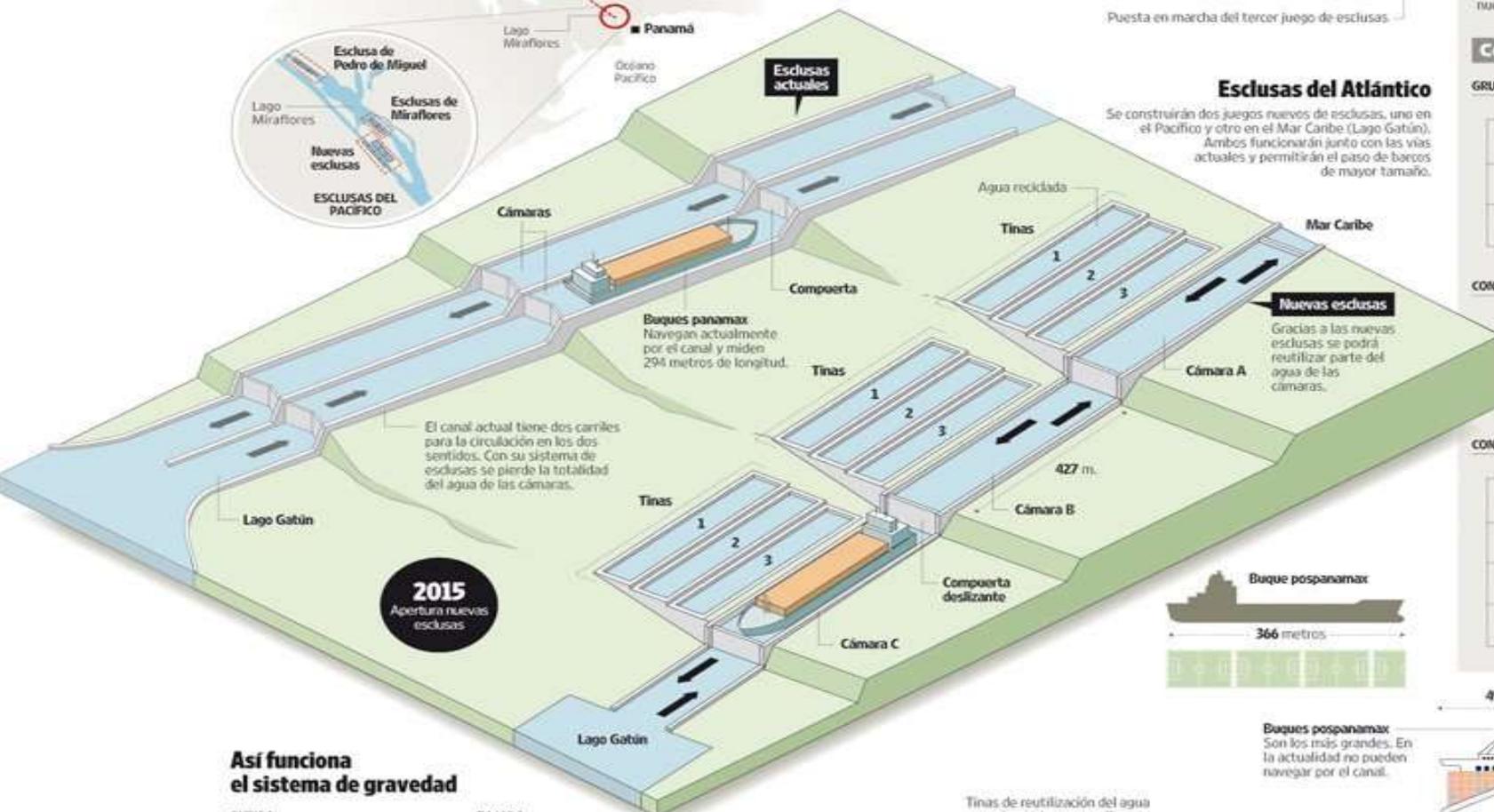
PANAMÁ

- Lago Gatún
- Río Chagres
- Lago Miraflores
- Panamá
- Océano Pacífico



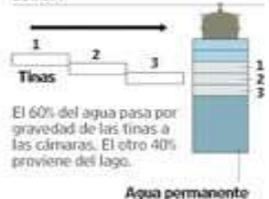
Esclusas del Atlántico

Se construirán dos juegos nuevos de esclusas, uno en el Pacífico y otro en el Mar Caribe (Lago Gatún). Ambos funcionarán junto con las vías actuales y permitirán el paso de barcos de mayor tamaño.

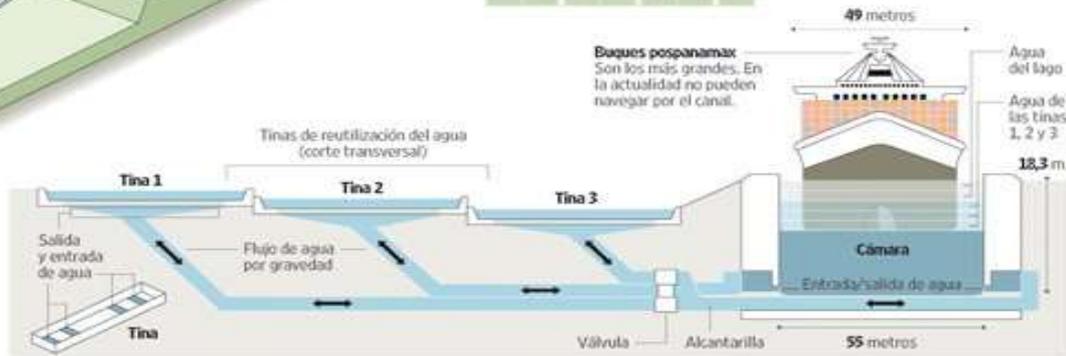


Así funciona el sistema de gravedad

SUBIDA



BAJADA



TIC Audiovisual: El caso de la metodología audiovisual.

- 1- Audiovisual: soporte y método tan importante como su contenido
- 2- WEB 1.0 visual; WEB 2.0: interactiva y visual
- 3- Audiovisual: un modelo afectivo
- 4- Neuromarketing: conexiones neuronales largas
- 5- Satisfacción de objetivos de los alumnos
- 6- Modelo escolar tradicional Vs medios (referencias de eficacia)
 - Delimitación clara de objetivos sencillos
 - Soluciones inmediatas
 - Acciones directas a individuos en singular
 - Cercanía / compañía
 - Reiteración multimedia
 - Visión autoexplicativa
 - Emoción / dramatización
 - Entretenimiento
 - Dinamismo
 - Aleatoriedad
- 7- Uso de imágenes nucleares en la información (tipo 3)

GUIÓN IDEAS GENÉRICAS PARA LA ACTIVIDAD

- 1 - Uso de imágenes núcleo de información
 - 2 - Acercamiento a los objetivos de los alumnos
 - 3 - Inclusión y valoración de aspectos afectivos
 - 4 - Utilización de estrategias neuromarketing “larga conexión neuronal”
 - 5 - Uso del modelo de los medios (reiteración multimedia, emoción/dramatización, diversión, solución/recompensa inmediata, aleatoriedad/dinamismo, proximidad/ apelación al individuo, delimitación clara de objetivos)
-

Preguntas relacionadas con la competencia “manejo de documento audiovisual”

- 1) Grado en que las imágenes/grafismos son indispensables para entender el documento
- 2) Grado en el que la propuesta responde a una necesidad a corto plazo del estudiante
- 3) Grado en el que la propuesta incluye rasgos emocionales
- 4) Nivel de uso simultáneo de recursos dispares, complementarios y encaminados a un mismo objetivo
- 5) Nivel de diversión y sentido lúdico que genera la actividad
- 6) Nivel y cantidad de rasgos cercanos al estudiante en la actividad

Preguntas relacionadas con la competencia “manejo de la herramienta digital”

- 1) Grado de control de la herramienta informática
- 

Guión para la actividad práctica TIC

- Título y descripción breve de la actividad integrada (contexto didáctico, nivel educativo y perfil donde se sitúa, etc.).
- Competencias (aspectos concretos) que se van a trabajar
- Descripción de las pautas metodológicas.
- Descripción de rasgos inclusivos a observar.
- Tareas y ejercicios individuales y/o en grupo que componen la actividad en cada nivel.
- Plantear al menos 2 *niveles* de realización de la actividad integrada (en función de la complejidad y nivel de profundización).

Utilización de estrategias específicas TIC-Audiovisuales

- Uso de grafismos e imágenes núcleo de contenidos
- Inclusión y valoración de aspectos afectivos
- Utilización de estrategias neuromarketing
- Uso de estrategias descritas y del modelo utilizada por los medios

Contenido y aspectos formales	Puntuación (1 a 5)
1. Adecuación de la actividad integrada al perfil profesional o las necesidades de los destinatarios	
2. Claridad y concreción en los aspectos de las competencias a desarrollar	
3. Se trabaja competencias técnicas y reflexivas	
4. Es coherente la metodología propuesta con la actividad a desarrollar	
5. Ajuste realista entre los contenidos y tareas planteadas y tiempos para su realización	
6. Se plantea niveles de realización en función de los ritmos de aprendizaje	
7. Las tareas y ejercicios contemplan diferentes formas de inclusión	
8. Grado en el que la propuesta incluye rasgos de apelación emocional	
9. Grado en que las imágenes/grafismos son indispensables para entender el contenido	
10. Nivel de uso simultáneo de recursos dispares, complementarios y encaminados a un mismo objetivo	
11. Nivel de diversión y sentido lúdico que genera la actividad	



Muchas gracias