



Educagramers, competencia digital e **influencers** **del aprendizaje: Innovación y empoderamiento** **educativo con las redes**



XVII JORNADA PANTALLAS SANAS
Salud, innovación y ecologías de aprendizaje

Zaragoza, 19 de noviembre 2021

Carmen Marta-Lazo



Grupo de Investigación
en Comunicación
e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza



#pantallassanas21

1. Dialéctica Twitter: Diálogo procomún
2. Hilo reflexivo: Compartiremos aportaciones
3. Factor Relacional: Intercambiaremos conocimiento

... @cmartalazo



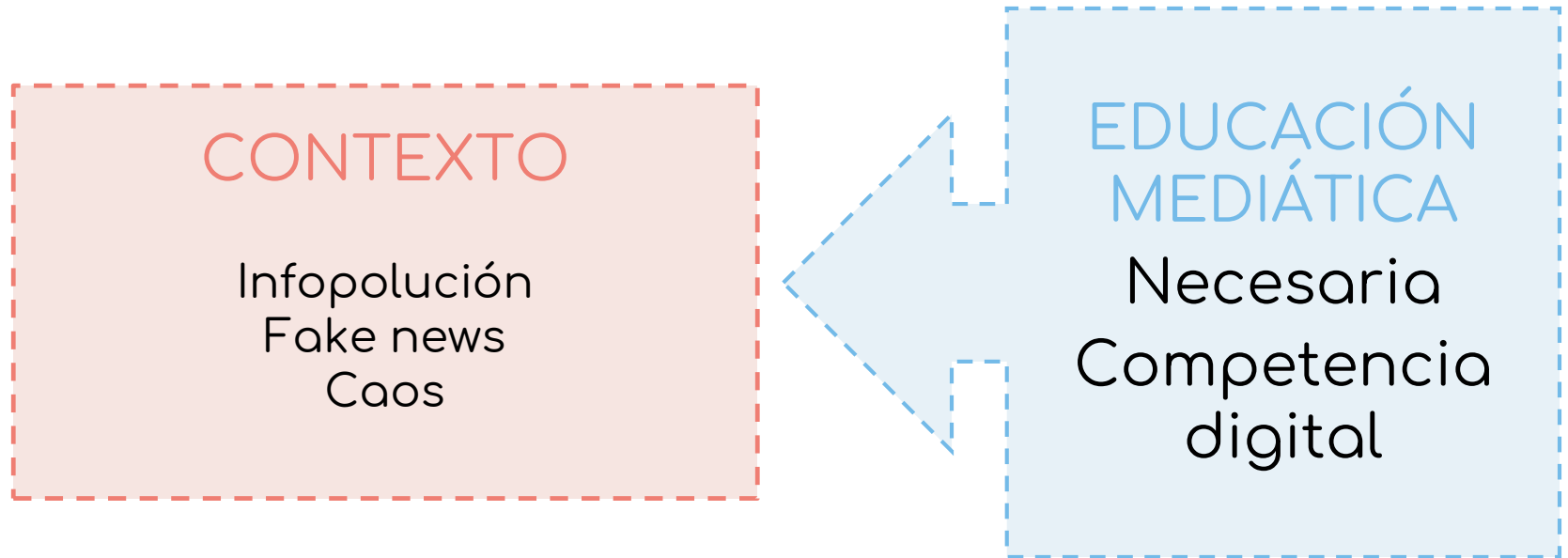
¿QUÉ VAMOS A ABORDAR EN ESTA SESIÓN?

Sumario

1. Contexto: Nuevos escenarios y claves en la era TRIC
2. Competencia Digital y Educomunicación paRa la vida
3. EducagRamers: InfluenceRs del apRendizaje

1. NUEVOS ESCENARIOS...

NUEVOS APRENDIZAJES



NI APOCALIPTICOS, NI INTEGRADOS DEL MUNDO EN
RED, BUSQUEMOS EL EQUILIBRIO

1. NUEVOS ESCENARIOS...

La era de la desinformación. Podcast 6 episodios de 20'. Cada viernes un nuevo episodio.

Lanzamiento: 22 de octubre



Podcast evoca imagen

Episodio 1: La era de la desinformación

Episodio 2: Los verificadores

Episodio 3: Los medios ante la desinformación

Episodio 4: Geoestrategia de la desinformación

Episodio 5: Formación y alfabetización

Episodio 6: El futuro de la desinformación

Una idea original de Julio y Pepe Cerezo



1 ... CLAVES ERA TRIC

Cibermedios
Cibercultura
Cibersociedad



1 ... CLAVES ERA TRIC



Ciberdelitos
Ciberadicciones

1 ... CLAVES ERA TRIC

No linealidad
Interacción
Inmersión



1 ... CLAVES ERA TRIC



Conectivismo
Hiperpresente
Oferta ciclópea

ESCENARIOS PRESENCIALES VS. ENTORNOS VIRTUALES



¿Qué os sugiere esta imagen?

CULTURA DE LA PARTICIPACIÓN



“Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interactúan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. [...] Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultura emergente” (p. 15).

JENKINS, H. (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Ediciones Paidós.

CULTURA DE LA PARTICIPACIÓN



EXPRESIÓN CIUDADANA
EMIRECS

FACTOR RELACIONAL



MODELO HORIZONTAL
RIQUEZA EN DIVERSIDAD

FACTOR RELACIONAL

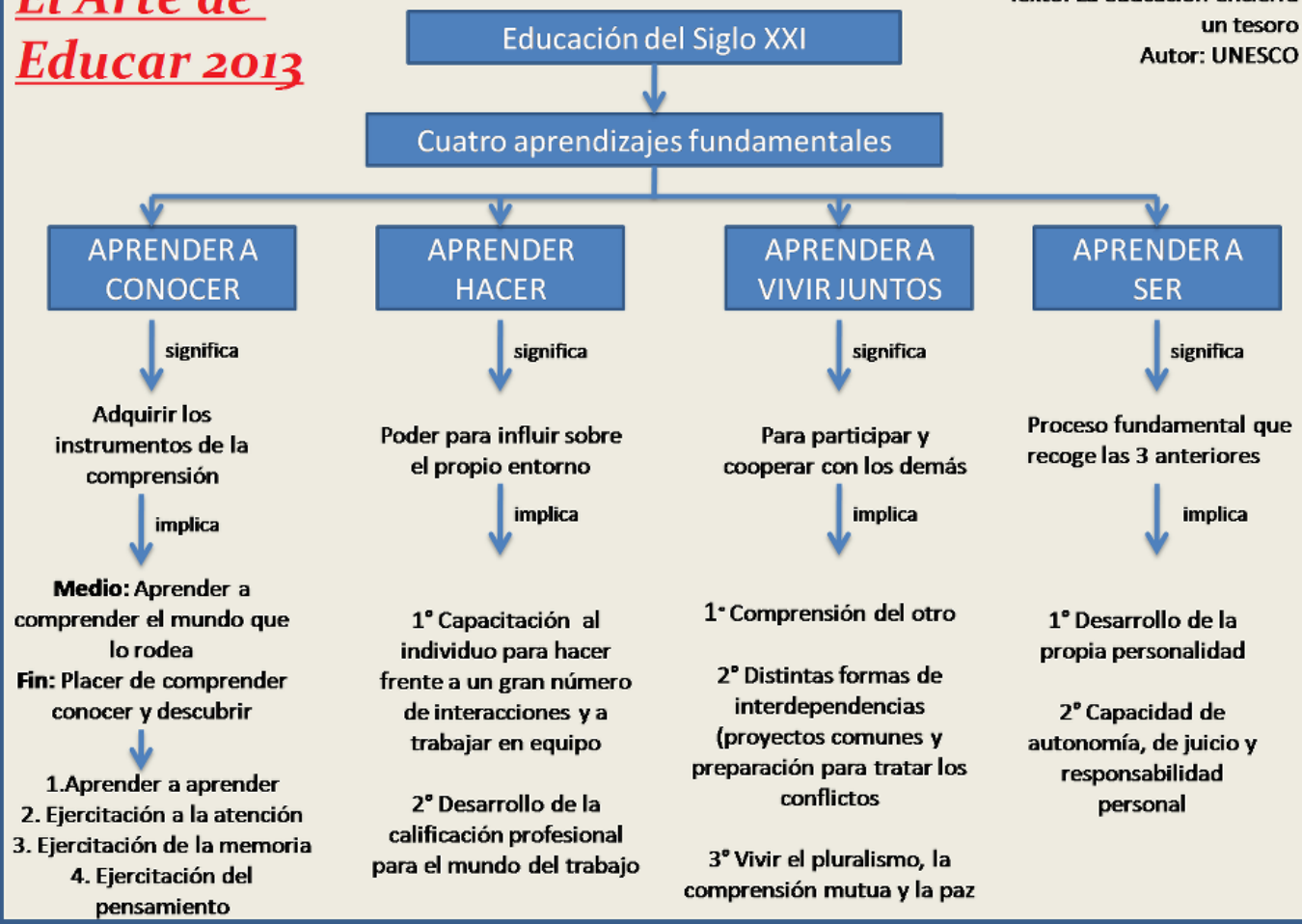


FACTOR RELACIONAL

El Arte de Educar 2013

LOS CUATRO PILARES DE LA EDUCACIÓN

Texto: La educación encierra
un tesoro
Autor: UNESCO



FACTOR RELACIONAL



**APRENDIZAJE
SIGNIFICATIVO**

**APRENDIZAJE
COLABORATIVO**

**APRENDIZAJE
FUNCIONAL: ABP**

**APRENDIZAJE
AUTÓNOMO**

**APRENDIZAJE POR
DESCUBRIMIENTO**

APRENDIZAJE UBICUO



ESCENARIOS PRESENCIALES VS. ENTORNOS VIRTUALES



¿Qué os sugiere esta imagen?

TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES



¿Cuál es la que más utilizáis?

¿Qué imagen tenéis de
WhatsApp, Youtube, Facebook?

TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES

Percepción de la Red Social (I)



Base:845



Base:779



Base:858



PATROCINADO POR:



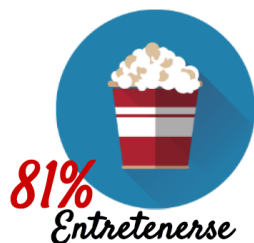
- ¿Cómo definirías esta(s) redes sociales en una palabra?

ELABORADO POR:

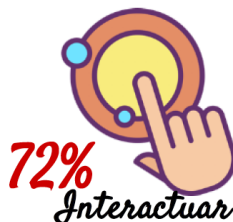


TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES

Uso de redes | Actividades realizadas (I)



- 77%** Ver videos o música
- 75%** Jugar online (en la red social)
- 62%** Participar en concursos
- 59%** Seguir cuentas
- 58%** Chatear/enviar mensajes
- 58%** Publicar/Colgar contenidos
- 57%** Ver que hacen mis contactos
- 51%** Conocer gente/Hacer nuevos contactos



- 74%** Chatear/enviar mensajes
- 57%** Publicar/Colgar contenidos
- 53%** Conocer gente/Hacer nuevos contactos
- 52%** Publicar/Colgar contenido con #
- 47%** Comentar la actualidad
- 44%** Ver que hacen mis contactos



- 61%** Adquirir conocimiento
- 58%** Contactar con el servicio al cliente de una marca
- 58%** Buscar empleo
- 52%** Hacerme fan/seguir una marca comercial
- 52%** Para fines profesionales o de estudio
- 49%** Seguir cuentas
- 49%** Comentar la actualidad
- 45%** Ver que hacen mis contactos

56-70: 75%

PATROCINADO POR:



- Y concretamente, ¿qué acciones haces para...

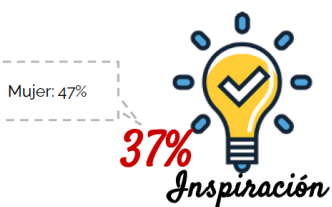
Base usuarios RRSS: 932

ELABORADO POR:

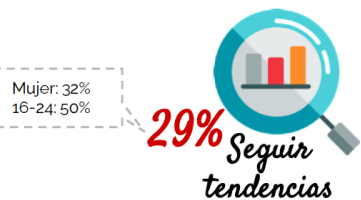


TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES

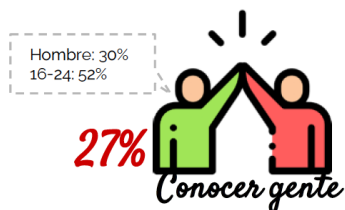
Uso de redes | Actividades realizadas (II)



53% Adquirir conocimiento
47% Seguir cuentas Ver videos o música
43% Ver videos o música
38% Hacerme fan/seguir una marca comercial



51% Hacerme fan/seguir una marca comercial
44% Comprar productos o servicios de marcas comerciales
41% Seguir cuentas
37% Ver videos/música



60% Conocer gente/hacer nuevos amigos
47% Chatear/enviar mensajes (privados y/o públicos)
38% Seguir cuentas



72% Buscar empleo
70% Para fines profesionales o de estudio

PATROCINADO POR:



- Y concretamente, ¿qué acciones haces para...

Base usuarios RRSS: 932

ELABORADO POR:



TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES

Contenido | Cuentas seguidas

- Las **cuentas que más siguen** los usuarios de Redes Sociales siguen siendo las de **su entorno próximo**, seguido de Influencers y marcas.

92%

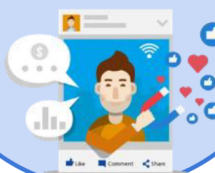
Amigos, familiares y conocidos



Mujer: 96%
25-40: 95%
56-70: 99%

48%

Influencers



Mujer: 57%
16-24: 74%
25-40: 53%

48%

Marcas



Mujer: 52%
16-24: 62%

31%

Medios de comunicación



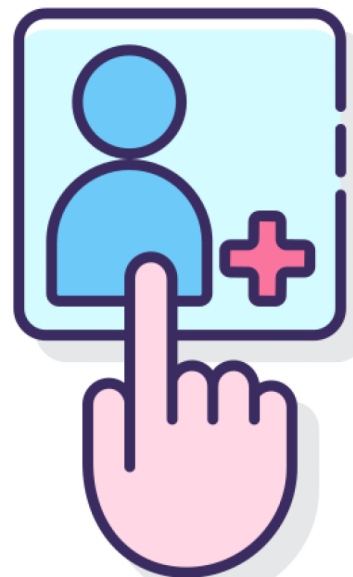
56-70: 40%

18%

Política (políticos, partidos políticos)



Hombre: 22%



PATROCINADO POR:



- Nos has comentado que sigues diferentes cuentas. ¿Qué tipo de perfiles sigues en las redes sociales?

Base usuarios RRSS: 932

ELABORADO POR:

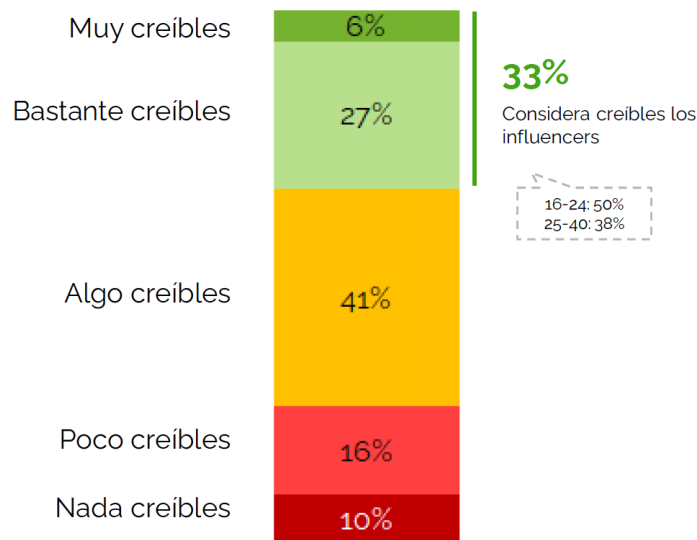


TENDENCIAS DE LAS REDES SOCIALES

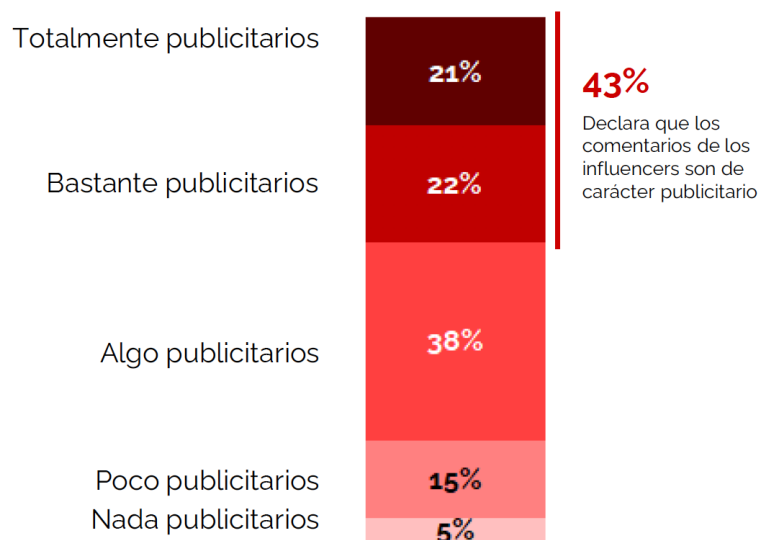
Influencers I Credibilidad

- Un 33% considera creíbles a los influencers que sigue (resultado parecido al 2020: 34%).
- Un 43% considera que los comentarios que realiza este colectivo son bastante o muy publicitarios (esta percepción es similar respecto el 2020, del 46%).

Credibilidad



Nivel de publicidad



PATROCINADO POR:



- ¿Cuál es el nivel de credibilidad de estos/as influencers que sigues?
- En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Totalmente publicitarios" y 5 "Nada publicitarios", ¿cómo percibes los comentarios de los/as influencers que sigues?

▲ ▼ dif.significativa
s vs 2020

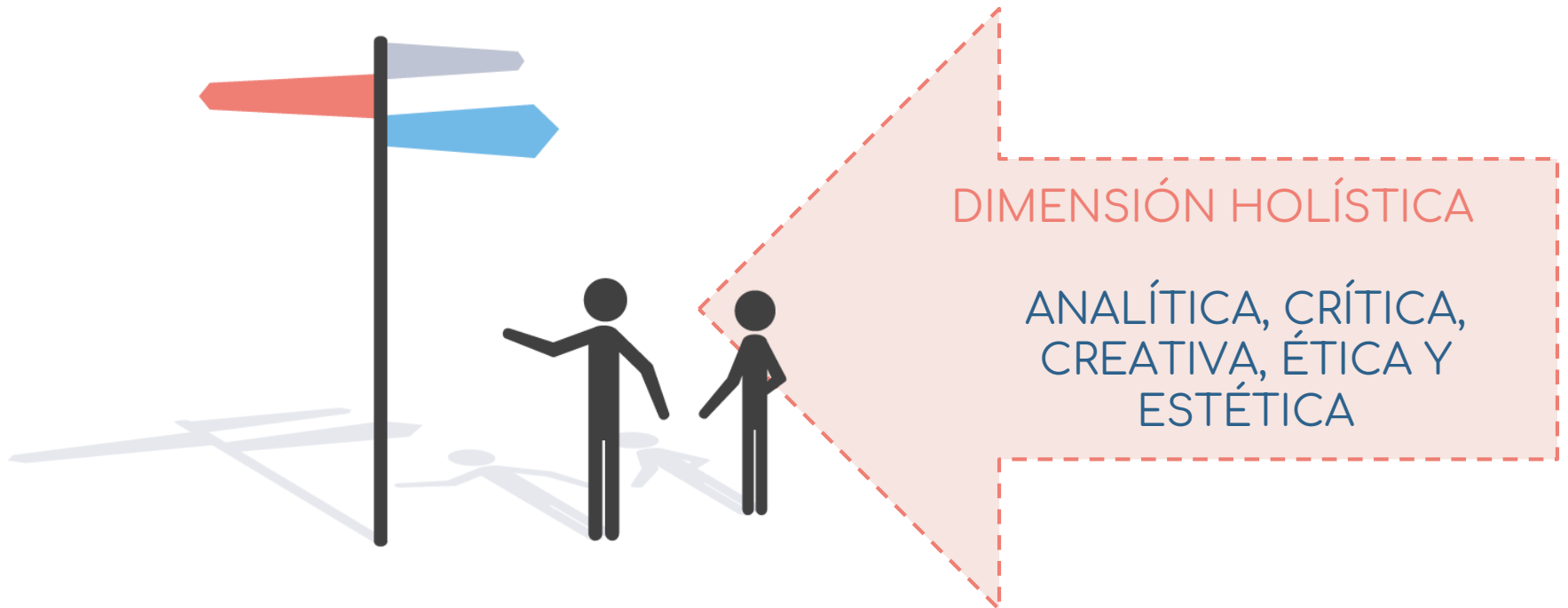
ELABORADO POR



Base seguidores de influencers: 449



EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA



EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA

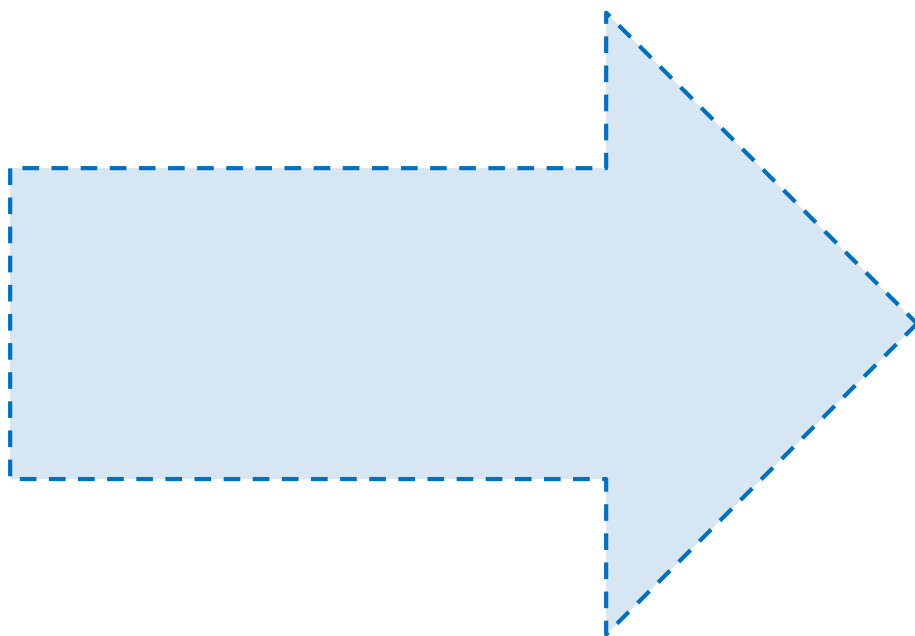


“Las habilidades para la vida son capacidades para adoptar un comportamiento positivo que permiten abordar los desafíos de la vida diaria y mantener un estado de bienestar mental mediante un comportamiento positivo y adaptable en la interacción con las demás personas y con el entorno social y cultural”

OMS, 1993



EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA



EN LA ERA TRIC:
EMPODERAMIENTO EN EL CIBERESPACIO

EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA

Comunicación y colaboración

- Interacción mediante las tecnologías digitales
- Compartir información y contenidos digitales
- Participación ciudadana en línea
- Colaboración mediante canales digitales
- Netiqueta
- Gestión de la identidad

Creación de contenidos digitales

- Desarrollo de contenidos digitales
- Integración y reeleboración de contenidos
- Derechos de autor y licencias
- Programación

Seguridad

- Protección de dispositivos
- Protección de datos personales e integridad
- Protección de la salud
- Protección del entorno

Información y alfabetización informacional

- Navegación, búsqueda y filtrado de información, datos y contenidos digitales
- Evaluación de información datos y contenidos digitales
- Almacenamiento y recuperación de la información, datos y contenidos digitales

Resolución de problemas

- Resolución de problemas técnicos
- Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas
- Innovación y uso de la tecnología digital de forma creativa
- Identificación de lagunas en la competencia digital

5 ÁREAS
21 COMPETENCIAS DIGITALES

PROYECTA 

EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA

HABILIDADES PARA LA VIDA

BIENESTAR
ESTUDIANTIL | *udla*

toma de decisiones



relaciones Interpersonales



pensamiento crítico



pensamiento creativo



manejo de emociones



manejo de estrés



manejo de conflictos



empatía



comunicación asertiva



autoconocimiento



EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA



INNOVACIÓN PARA EL EMPODERAMIENTO

ARTICULACIÓN Y
CONVERGENCIA
MÉTODOS

¿QUÉ ENTENDEMOS
POR
INTERMETODOLOGÍA?

DIMENSIONES
COMPETENCIALES
ANÁLISIS-SÍNTESIS-
REFLEXIÓN-ACCIÓN



ACTIVIDADES
SUMATIVAS Y
RETROALIMENTARIAS

PRÁCTICA
HOLÍSTICA



BÚSQUEDA DEL "APRENDIZAJE PARA LA
VIDA"

EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA



ACTIVIDAD

**REDUCCIÓN Y
AMPLIACIÓN TIEMPO**



COMPETENCIAS

**SÍNTESIS
ANÁLISIS**

EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA

ACTIVIDAD



COMPETENCIAS

BÚSQUEDA

DOCUMENTACIÓN

REGISTRO

DESCRIPCIÓN

NARRACIÓN

EXPOSICIÓN

PROSPECTIVA

INNOVACIÓN

CREATIVIDAD

EDUCOMUNICACIÓN PARA LA VIDA

ACTIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO



COMPETENCIAS

**PLANIFICACIÓN
ORGANIZACIÓN
COOPERACIÓN
LIDERAZGO
RELACIÓN CON OTROS
NEGOCIACIÓN**

DINÁMICAS DE REFLEXIÓN...



HIPERCONEXIÓN
DIETA DIGITAL
DESCONEXIÓN

EL BAUL DE LOS RECUERDOS, UNA INSTANTANEA



ESCENARIOS PRESENCIALES VS. ENTORNOS VIRTUALES



¿Qué os sugiere esta imagen?

3. EDUCAGRAMERS: INFLUENCERS APRENDIZAJE



“Dime qué hiciste con las anteriores tecnologías
y te diré qué harás con las nuevas”

Daniel Prieto, 2013

3. EDUCAGRAMERS: INFLUENCERS APRENDIZAJE

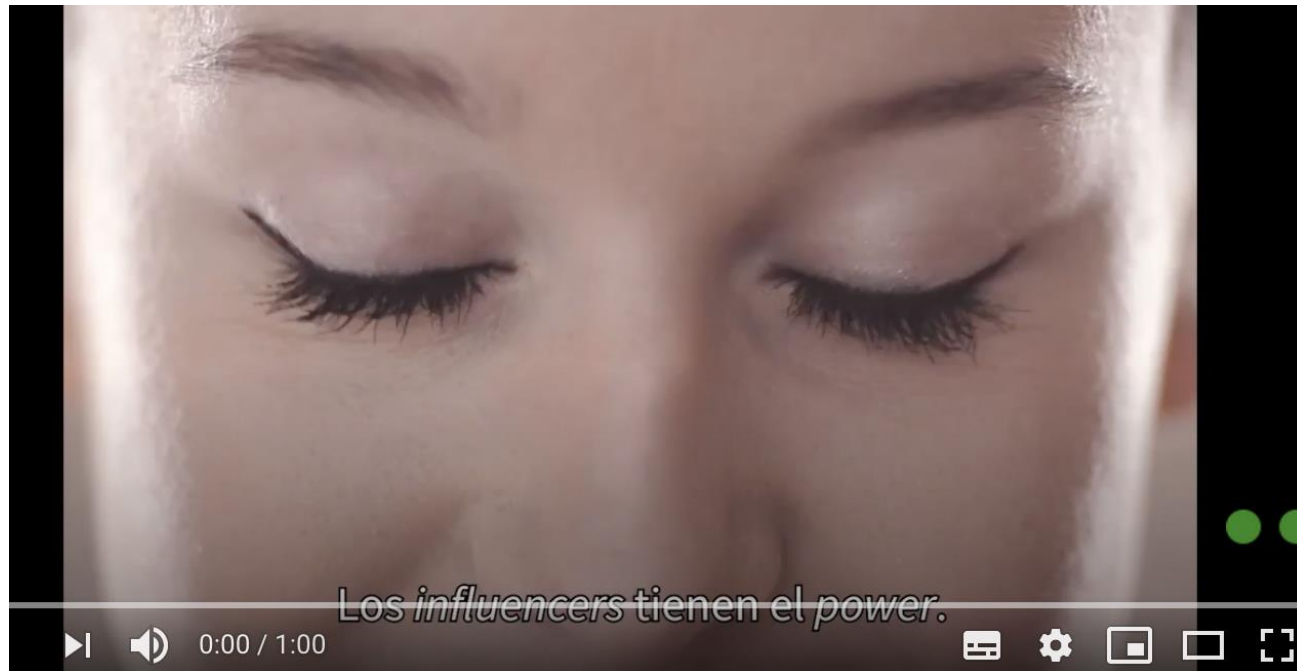
- Líder intermedio
- Profesional de la educación
- Interesado en las TRIC
- Capaz de influir, llama a la acción

3. EDUCAGRAMERS: INFLUENCERS APRENDIZAJE

ALGUNAS CLAVES:

- Tener una estrategia
- Definir un target
- Lo más importante no es el nº de seguidores
- Cuidar las interacciones
- Pilares: no solo contenidos, también valores

3. EDUCAGRAMERS: INFLUENCERS APRENDIZAJE



#REALINFLUENCERS
MOVIMIENTO SOCIAL DE EDUCADORES



3. INFLUENCERS APRENDIZAJE



WIKIPEDIA
La enciclopedia libre

Portada
Portal de la comunidad
Actualidad
Cambios recientes
Páginas nuevas
Página aleatoria
Ayuda
Donaciones
Notificar un error

Herramientas
Lo que enlaza aquí
Cambios en enlazadas
Subir archivo
Páginas especiales
Enlace permanente
Información de la página
Elemento de Wikidata
Citar esta página

En otros idiomas
añadir enlaces

Imprimir/exportar
Crear un libro
Descargar como PDF
Versión para imprimir

Artículo **Discusión**

Leer **Editar** **Ver historial**

Buscar en Wikipedia



David Calle



Existen desacuerdos sobre la **neutralidad en el punto de vista** de la versión actual de este artículo o sección.

En la **página de discusión** puedes consultar el debate al respecto.

David Calle Parrilla (**Coslada, Comunidad de Madrid**, 1972) es un ingeniero de telecomunicaciones y profesor de academia presencial y en línea desde Secundaria a Universidad, nominado entre los diez finalistas al **Global Teacher Prize** en 2017. Está considerado una de las cien personas más creativas a nivel mundial por la revista *Forbes*.¹

Índice [ocultar]

- 1 **Biografía**
- 2 **Obras**
- 3 **Reconocimientos**
- 4 **Referencias**

Biografía [editar]

Es licenciado por la **Universidad Politécnica de Madrid**. Primeramente, trabajó en **Xfera**, la operadora de móviles conocida con el nombre de **Yoigo**. En **2005**, una crisis en el sector de las telecomunicaciones le dejó **sin empleo**,^[*cita requerida*] y regresó a la academia donde había dado clases durante su etapa como estudiante de **ingeniería de telecomunicaciones**.² Dos años después apostó por la rama docente y fundó su propia academia en 2005 en las afueras de Madrid.³

En **2011**, percibió que las horas de clase en la academia no eran suficientes para que el alumnado consiguiera adquirir los conceptos técnicos de las **matemáticas**, la **física**, la **química** y la **tecnología**, por lo que decidió comenzar a utilizar **YouTube** como una plataforma pedagógica con **tutoriales** en vídeo. Así surgió el germen de su canal de YouTube, **Unicoos**, que en la actualidad es una organización educativa y un sitio web,⁴ donde enseña matemáticas y ciencias para estudiantes de **educación secundaria** y universitarios, llegando a convertirse en un destacado canal educativo de habla hispana en el mundo.⁵ ^[*cita requerida*] Como ampliación de su canal en YouTube donde contaba con más de 1.370.000 suscriptores, en diciembre de 2014 abrió una nueva plataforma web de su proyecto Unicoos, una academia en línea de carácter gratuito, fundamentalmente en España y **Latinoamérica**.

Actualmente, su canal en **YouTube** cuenta con casi 1,5 millones de suscriptores, recibiendo como compensación del Botón de oro de YouTube, hecho que compartió con sus seguidores a través de redes sociales.

David Calle Parrilla



Información personal

Nacimiento 1972
Madrid (España)
Residencia **Vellilla de San Antonio**,
Comunidad de Madrid, España
Nacionalidad **Española**
Información profesional
Ocupación Profesor



@ DAVID CALLE
“ÚNICO” EN CLASES DE CIENCIAS

3. INFLUENCERS APRENDIZAJE



@ MANU VELASCO

MAESTRO BLOGUERO CON LOS PIES EN LA
TIERRA Y LA CABEZA EN LAS ESTRELLAS

3. INFLUENCERS APRENDIZAJE



integrat**ek**



MAR ROMERA

Vaestra, licenciada en pedagogía y en psicopedagogía. Especialista en Inteligencia emocional y autora de diversos libros dedicados a la escuela, la infancia y la didáctica activa.

- Presidenta de la Asociación Pedagógica Francesco Tonucci (APFRATO).
- En la actualidad asesora pedagógica en la implementación de programas de innovación en diferentes centros de nuestro país.
- Autora y coordinadora del modelo pedagógico "Educar con tres Cs: capacidades, competencias y corazón".
- Colaboradora en formación permanente del profesorado en las diferentes comunidades autónomas de nuestro país en colaboración con las diferentes Consejerías de educación.



¿Te ayudamos?



@ MAR ROMERA

MODELO DE LAS 3 C'S: CAPACIDADES,
COMPETENCIAS Y CORAZÓN

3. INFLUENCERS APRENDIZAJE



@ PACO PAJUELO

UN INFLUENCER QUE HACE HISTORIA

3. INFLUENCERS APRENDIZAJE



@ ALICIA ROMERO
UNA INSTAGRAMER DE LENGUA

FACTOR R en Youtube: La comunidad



Participación de la comunidad

Hoy más que nunca, es fundamental que sepas conectarte con tu público de formas cautivadoras y significativas. Consulta estas sugerencias y herramientas para conectarte con tu comunidad.

[MOSTRAR MENOS](#)

Cursos de la Academia



Usa los comentarios para conectarte con tu

OPTIMIZACIÓN DE CANALES

Una vez que hayas definido tu misión y conseguido un grupo de fans, es importante que ...

4 lecciones • 15 minutos



Genera expectativa con los Estrenos

OPTIMIZACIÓN DE CANALES

Los Estrenos son una función que te permite convertir la carga de tu próximo video en un...

Conceptos básicos • 5 lecciones • 15 minutos



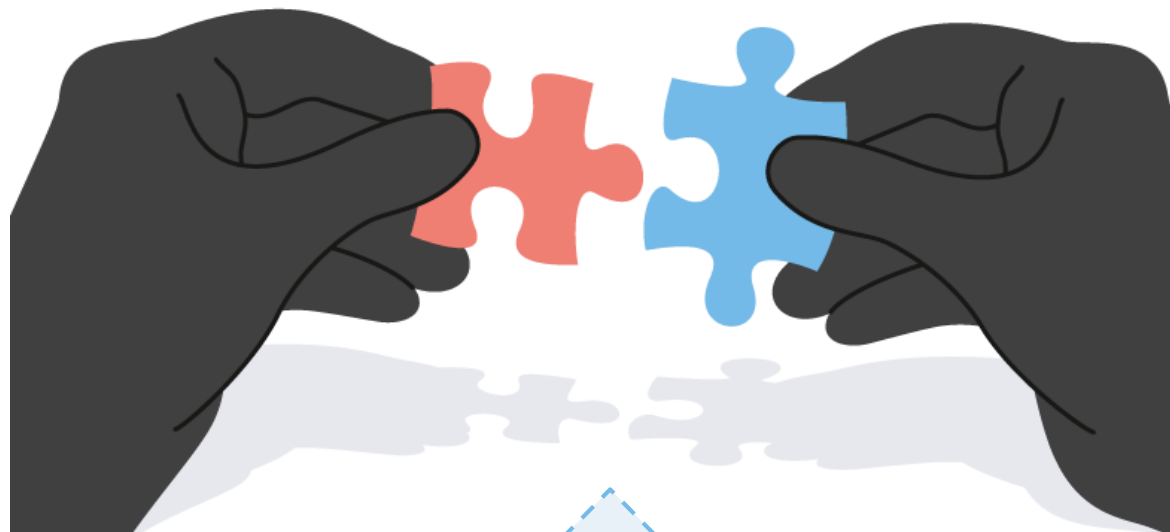
Interactúa con el público mediante las

OPTIMIZACIÓN DE CANALES

Las Publicaciones de la comunidad son herramientas de participación sencillas que...

Intermedio • 4 lecciones • 15 minutos

DINÁMICAS DE AUTOREFLEXIÓN...



¿Utilizo redes para el aprendizaje?
¿Tengo trazada una estrategia?
¿Cuido las interacciones?
¿Me importa retroalimentar valores?



El Manifiesto de TRICLab

El colectivo TRICLab, laboratorio experimental de las TRIC (Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación), recopila sus descriptores y argumentos en éste DECÁLOGO. Estos son los principios que nos vertebran:



Grupo de Investigación
en Comunicación
e Informaciones Digital (GICID)
Universidad Zaragoza

de ca lo go

Factor R-relacional

Del mismo modo que la fotosíntesis sustenta y justifica la vida de las plantas, y que la sal condimenta nuestros alimentos, el Factor R-relacional es el oxígeno que nos permite respirar dentro del ecosistema mediático actual.

El Factor R-relacional supedita la tecnología a sus sujetos, facilita la conversión del dato y del caos informativo a conocimiento y redimensiona la comunicación en sentido integral.

En un entorno de conocimiento compartido y economía del don, los contenidos viajan en el intercambio a lo largo del ciclo de la vida.



ALGUNOS EJEMPLOS DE PRÁCTICAS TRIC



<http://www.carlosgurpegui.com/cineysalud/cys/>



ALGUNOS EJEMPLOS DE PRÁCTICAS TRIC

Entremedios

Grado en Periodismo - Universidad de Zaragoza



Entremedios
Grado en Periodismo - Universidad de Zaragoza

ENTREONDAS

ENTREPLANOS ▾

ENTREVENTOS

ENTRELINKS ▾

ENTRESPOTS

ENTREVIPS

ENTRENOTICIAS ▾



«'De amor y monstruos' o cómo tirar del carro de una película» por Cristina Sáenz

May 21, 2021, 7:43 AM 0 20

Entreondas



ENTREBUTACAS, ENTREPLANOS

«'Fragmentos de una mujer' o la reconstrucción de una persona» por Andrea Aragón

May 21, 2021, 7:54 AM 0 22



ENTREVIPS

Jorge Pueyo: "La peña está súper movilizada por el aragonés"

May 20, 2021, 3:38 PM 0 59



ENTRELÍNEAS

¿Hemos aprendido algo de esta pandemia?

May 20, 2021, 11:55 AM 0 127

Entrelinks



«'Fragmentos de una mujer' o la reconstrucción de una persona» por Andrea Aragón

«'De amor y monstruos' o cómo tirar del carro de una película» por Cristina Sáenz

Jorge Pueyo: "La peña está súper movilizada por el aragonés"

¿Hemos aprendido algo de esta pandemia?

Promocionando la salud

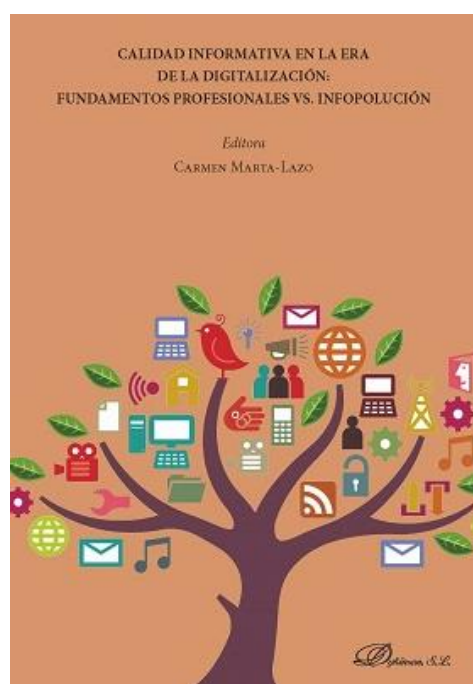
Lo más leído



Desarrollo tecnológico, ventajas y desventajas



<https://periodismo.unizar.es/>



**Andrea Giráldez Hayes
y Emma-Sue Prince**

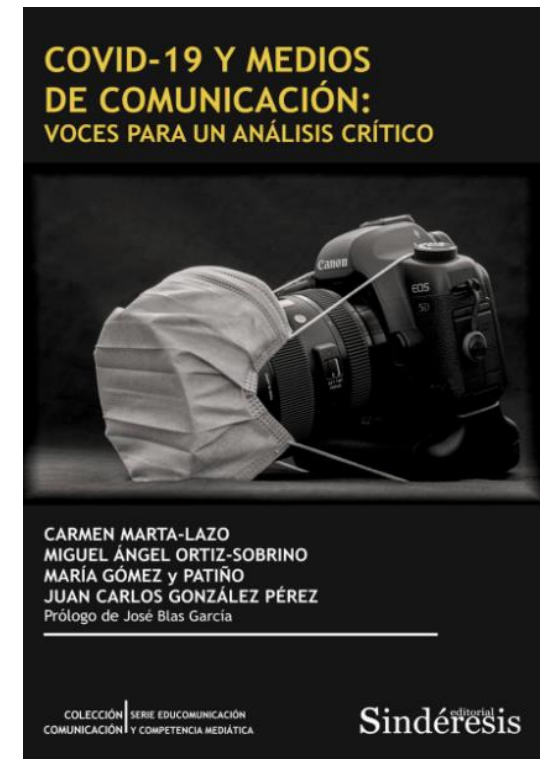
Habilidades para la vida

Aprender a ser
y aprender a convivir
en la escuela

Prólogo de **Miguel Ángel Santos Guerra**



biblioteca
INNOVACIÓN
EDUCATIVA



Algunas lecturas, para seguir ...

#pantallassanas21



... @cmartalazo





Muchas **gracias**



XVII JORNADA PANTALLAS SANAS
Salud, innovación y ecologías de aprendizaje

Zaragoza, 19 de noviembre 2021

Carmen Marta-Lazo



Grupo de Investigación
en Comunicación
e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza