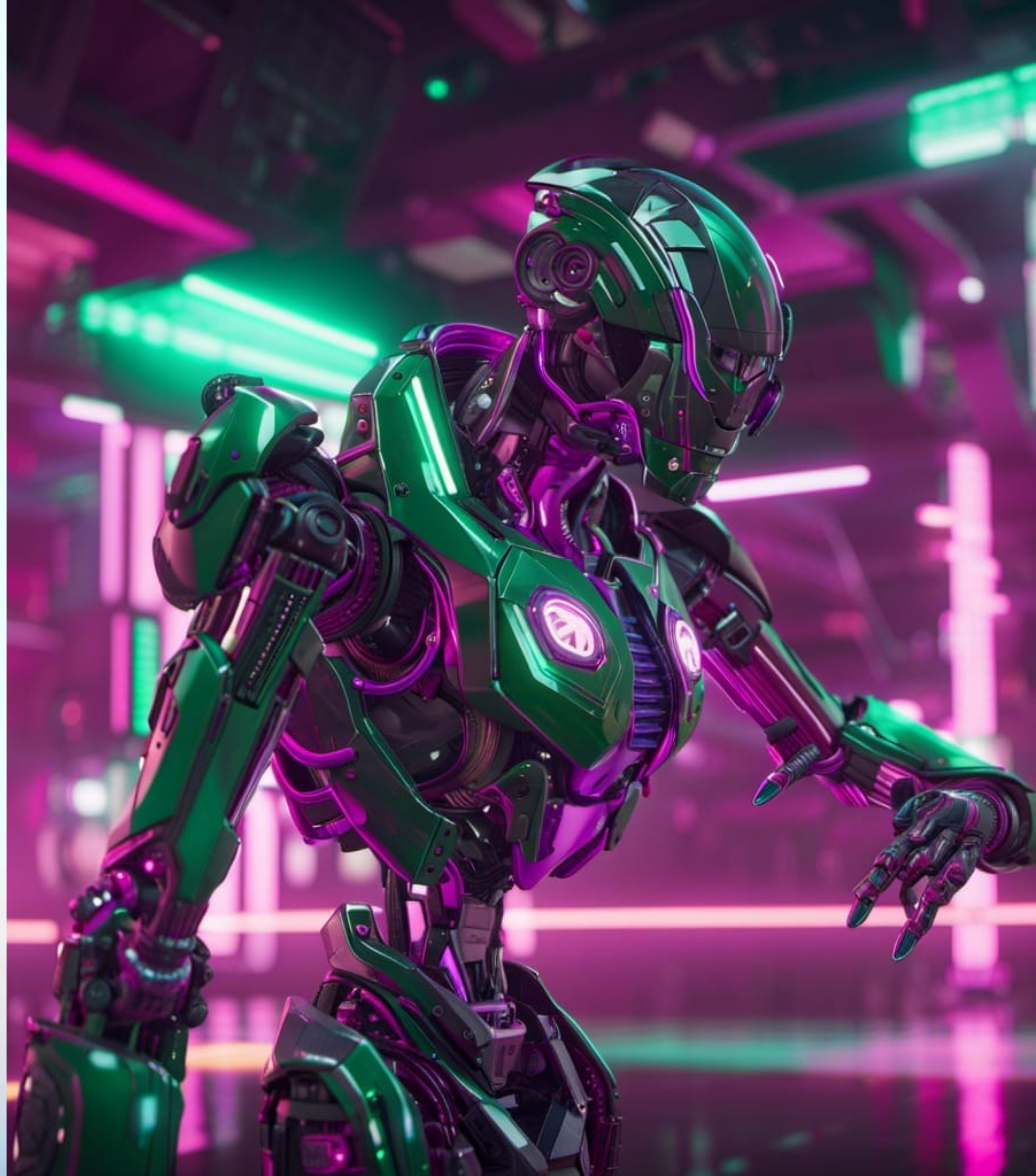


# Multimedia I

Profesor DI Especialista Ariel  
Amadio



# **Eje 1:** Conceptos generales

# Definición del Concepto Multimedia

- Se denomina **Multimedia** a la presentación de información usando combinaciones de texto, sonido, imágenes, animación y video.
- Las aplicaciones informáticas multimedia más comunes incluyen software de aprendizaje, juegos y material de referencia (tal como enciclopedias o compilados temáticos), etc.
- Existe una enorme variedad de productos que se pueden incluir en la tipología Multimedia.



# Hiperlinks

- La mayoría de las aplicaciones multimedia incluyen asociaciones predefinidas, conocidas como **Hiperlinks (hipervínculos)**, que le permiten a los usuarios conectar o relacionar los elementos multimedia y los temas.

# Ventajas cognitivas

- Un material multimedia puede reforzar el rango de la presentación de contenidos en formas análogas a lo que son las **formas exploradoras no secuenciales** del pensamiento humano.

# Características Comunicacionales

- Podemos inscribir los productos multimediales como hechos de comunicación masiva.
- Comunicación masiva: Fenómeno de comunicación mediado por un importante dispositivo tecnológico donde se intentan difundir contenidos a una audiencia o público más o menos difuso o indeterminado.
- En la comunicación masiva se tiende hacia la impersonalidad y la telepresencia (la simultaneidad espacial o temporal entre los polos de la comunicación se dispersa)
- Uno de los puntos de discusión importantes en este fenómeno es el componente feed-back, que toma formatos múltiples, y cuyos efectos no son aislables de una variedad de factores intervinientes.

# Otras características

- La conectividad provista por los hipervínculos transforma la multimedia en una interminable variedad de experiencias informativas
- La combinatoria de conexiones a través de hipervínculos está, en definitiva, sujeta a la motivación del intelecto del usuario.

# Características Comunicacionales

- Podemos entonces plantear esta forma de comunicación como el modelo que se encuentra en oposición a formas mas elementales y “naturales” como la comunicación interpersonal.
- En definitiva, podemos decir que una alta injerencia de la tecnología, sumada a la difusión del auditorio nos ubica en comunicación masiva.

# Características Comunicacionales

- Las características comunicacionales particulares de ciertos multimedios:
- Ciertos fenómenos de la comunicación on-line (chat, redes sociales, comunidades virtuales, etc.) son difíciles de tipificar en uno u otro modelo, dado que comparten características relevantes de ambos (simultaneidad, interpersonalidad, etc.)
- El avance de la web hacia el formato 2.0 supuso un ejemplo híbrido de comunicación masiva con características interpersonales.

# El factor tecnológico en la aparición de la MM

1. Introducción del ordenador en los hogares.
2. La vertiginosa escalada del fenómeno Internet.
3. Desarrollo de nuevas tecnologías de imagen y animación.
4. Aparición de nuevos y más potentes lenguajes de programación.
5. Abaratamiento en la producción de recursos de hard y soft.
6. Standardización de formatos y modelos productivos de MM.

# Los componentes sensibles de la MM

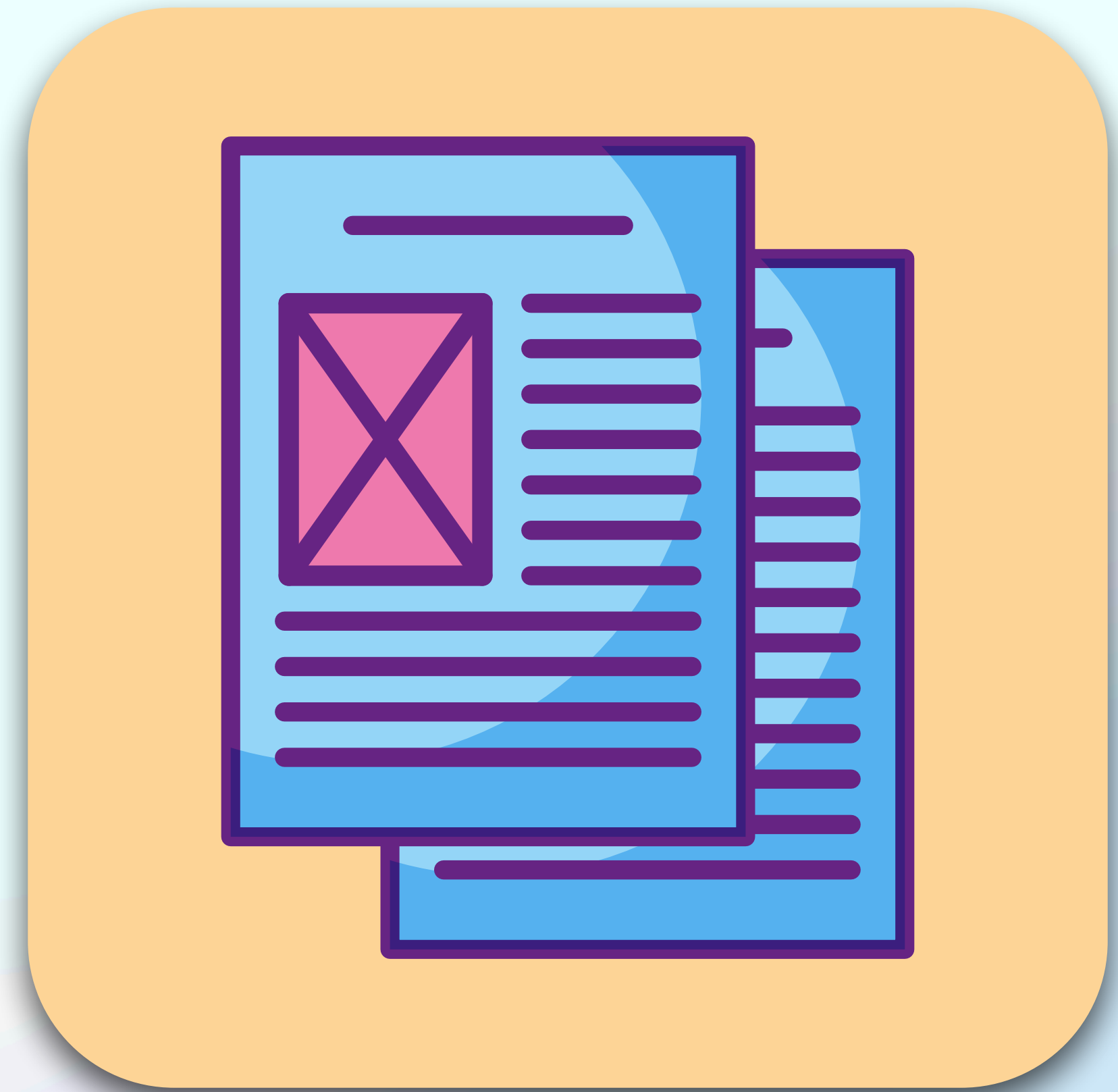
- La Multimedia es la INTEGRACIÓN SINÉRGICA de ciertos componentes sensibles.
- El resultado es un producto perceptual **gestáltico**.



# Los componentes sensibles

## Texto

- Es el elemento primario de la comunicación, y su función en la multimedia es análoga al texto tradicional: lectura secuencial que sigue la narrativa natural del lenguaje humano. Su presencia debe ser acotada por necesidades de lecturabilidad.



# Los componentes sensibles

## Imagen

- La imagen tradicional ha pasado a ser imagen digital en la pantalla del ordenador



# Los componentes sensibles

## Audio

- Éste es el componente de la multimedia el que empieza a introducir novedad respecto de la información tradicional: al componente visual del texto y la imagen añade una nueva instancia de comunicación.



# Los componentes sensibles

## Video

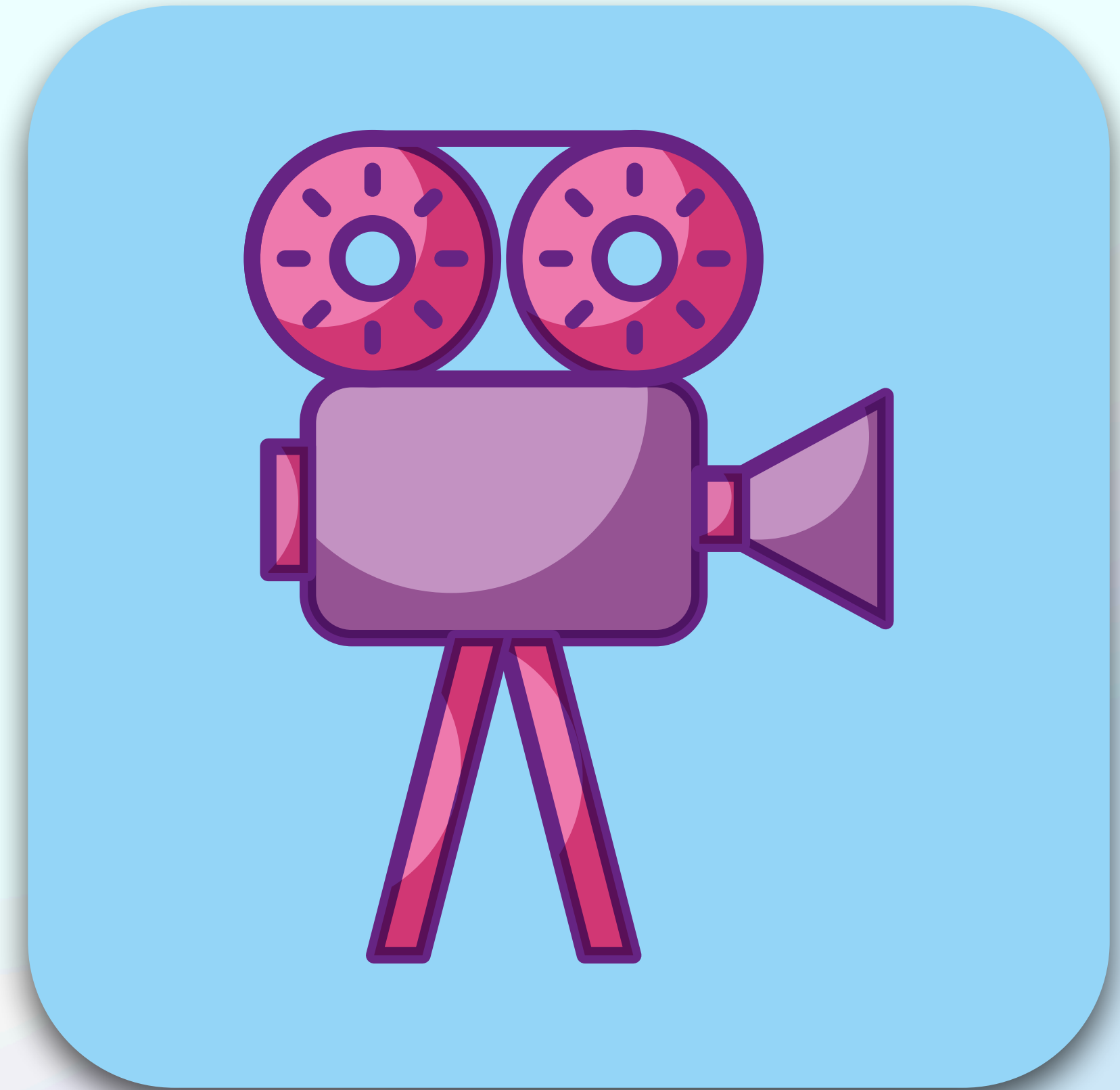
- Es el elemento más rico de la multimedia, pero es el de mayor compromiso técnico. La adquisición de video para multimedia, incluye en general procesos de digitalización de cierta complejidad.



# Los componentes sensibles

## Animación

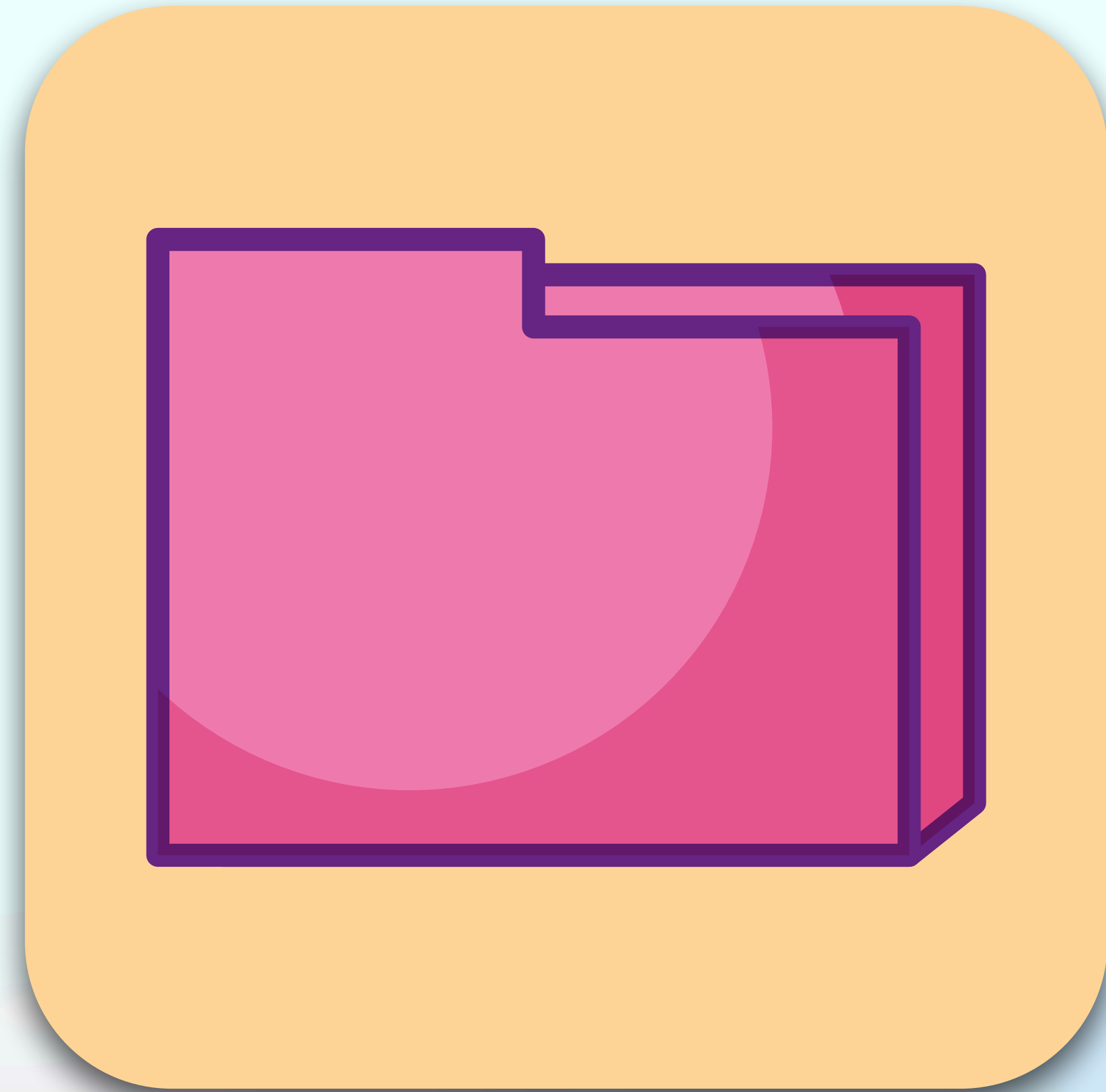
- La animación tiene en general una función descriptiva. En los contenidos multimedia, se usa la animación con la función de “esquemas en movimiento”, esto es descripción de funcionamiento o secuencias.



# Los componentes sensibles

Elementos organizadores y de navegación

- Se debe proveer de elementos que le permitan recorrer con fluidez los contenidos, lo que comúnmente se denomina “navegar”. Las botoneras estándar, (atrás, adelante, reproducir, parar, pausar), los vínculos subrayados, las instancias de decisión, los campos de formularios en blanco, las barras de navegación, etc.



# El Hipertexto

- Los productos multimedia presentan la característica de la **HIPERTEXTUALIDAD**:
- El Hipertexto es un método de presentación de información en el que los contenidos y las acciones están unidos mediante una red compleja y no secuencial de asociaciones que permite al usuario examinar los distintos temas, **independientemente del orden** de presentación de los mismos.
- El término hipertexto fue creado por Ted Nelson en 1965, con el fin de describir los documentos que se presentan en un ordenador, o sea, expresando la estructura no lineal de las ideas, al contrario de la estructura lineal de los libros, las películas y el habla.

# El Hipertexto

- El usuario es quien determina el orden de lectura, expresión que en estos sistemas puede ser reemplazada por la de “orden de exploración”.
- No es la estructuración del material por parte del autor lo que determina este orden de exploración, sino la voluntad, la intuición, la necesidad o la curiosidad del usuario.

# El Hipertexto

- Las posibilidades de combinaciones de información son altísimas, y la priorización de una sobre otra está sujeta a factores ajenos a la planificación del emisor.
- Esto último puede ser más o menos preestablecido de acuerdo a pautas generales de navegación y estructuración de la información, pero dejando márgenes amplios para decisión del usuario final.

# El Hipertexto

- Los productos multimediales interactivos tienen como característica distintiva una posibilidad intrínseca de alteración en la linealidad temporal.
- Esto implica que el relato que se produce en el recorrido del medio tiene la posibilidad de fragmentarse de manera irregular, siendo el propio usuario quién decide, en última instancia, cómo se produce dicha alteración.

# Características Temporales

- Si bien la temporalidad es factible de ser alterada en estos medios, las alteraciones pueden ser de diferente naturaleza.
- Estas alteraciones se cumplen con el mismo concepto que en el relato audiovisual
- Encontramos:

## **1. Alteraciones de Orden**

## **2. Alteraciones de Duración**

## **3. Alteraciones de Frecuencia**

# Características Temporales

Alteraciones de la temporalidad.

(Según el texto "Relato Audio-visual" de M. Elsa Bettendorff y Raquel Prestigiacomo.)

- ALTERACIONES DE ORDEN:
  1. Anacronías de anticipación o prolepsis: recorrido premonitorio, aparición de un contenido que naturalmente aparecería después. También llamado **flash-forward**.
  2. Anacronías de retrospección o analepsis: muy frecuente, se vuelve a contenidos pasados. También llamado **flash-back**.
- Estas alteraciones son la operatoria regular de la **navegación**.

# Características Temporales

Alteraciones de la temporalidad.

(Según el texto "Relato Audio-visual" de M. Elsa Bettendorff y Raquel Prestigiacomo.)

- ALTERACIONES DE DURACIÓN:
  1. Relato anisócrono con **elipsis** temporal: se suprimen ciertos sectores no significativos, dejando los que comunican efectivamente los contenidos.
  2. Relato anisócrono con **pausa**: el relato se detiene o se instala en un momento determinado para retomarse después.
- Estas alteraciones se relacionan con la **adquisición de la información.**

# Características Temporales

Alteraciones de la temporalidad.

(Según el texto "Relato Audio-visual" de M. Elsa Bettendorff y Raquel Prestigiacomo.)

- ALTERACIONES DE FRECUENCIA:
  1. Relato **singulativo**: Los contenidos se exploran que pasó una sola vez.
  2. Relato **repetitivo**: Un contenido que se exploró una vez se revisita e inclusive desde distintos puntos de vista.
- Estas alteraciones se relacionan con la **verificación** de la información.

# La hibridación de medios

- Los productos multimediales interactivos son plataformas aptas para la coexistencia de medios y lenguajes que previamente se encontraban separados.
- A esta característica la denominaremos “hibridación”, implicando el encuentro y la integración natural de dichos medios.

# La hibridación de medios

- Esto implica que dichos productos presentan heterogeneidad en cuanto a diferentes características:
  1. Géneros Narrativos
  2. Funcionalidades
  3. Pautado estético y estilístico
  4. Estructuras narrativas
  5. Actitud relacional del usuario

# La hibridación de medios

- Tipificaremos tres tipos de relaciones que los usuarios establecen con el dispositivo técnico:
  1. Actitud de sillón: Relacionada con el ocio y el entretenimiento (ej: tv y video).
  2. Actitud de escritorio: Relacionada con la productividad (ej: pc de escritorio)
  3. Actitud de calle: Relacionada con el tránsito y el espacio público (ej: celular)

# La hibridación de medios

- Esto tres tipos de relaciones también tienden a hibridarse o converger en dispositivos únicos e integrados, lo cual termina aunando varias funcionalidades y lenguajes

