



Multimedia I

Profesor DI Especialista Ariel Amadío

Multimedia I

Profesor DI Ariel Amadío

Unidad I: “Conceptos Generales”

Unidad I

Conceptos Generales

Definición de Interactividad

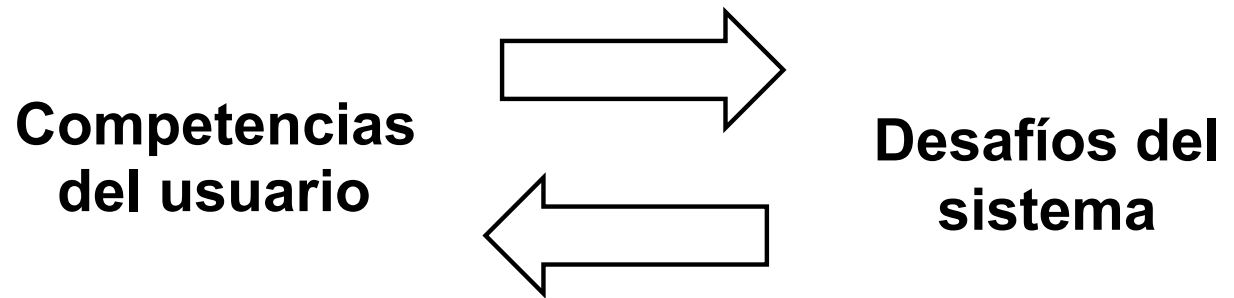
Definición de Interactividad

Interactividad:

Involucra la presencia de un agente (usuario) y una infraestructura informática, como así también un componente lógico que actúa como sistema de reglas, reguladoras del proceso.

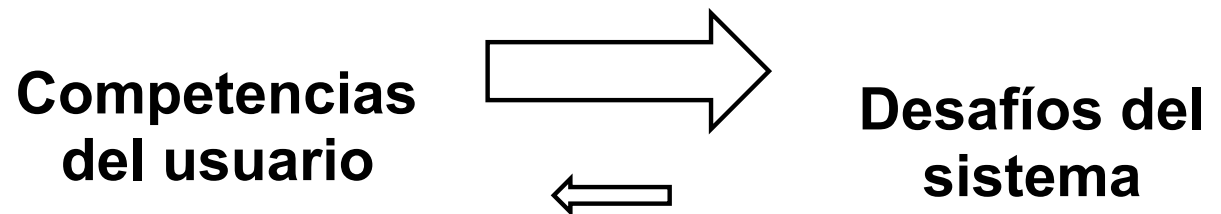
La interactividad surge como un balance preciso entre dos fuerzas: por un lado las competencias de las que disponga el agente (conocimientos, experiencia previa, etc.) y por otro lado los retos o desafíos que impongan el sistema informático y sus reglas.

Definición de Interactividad



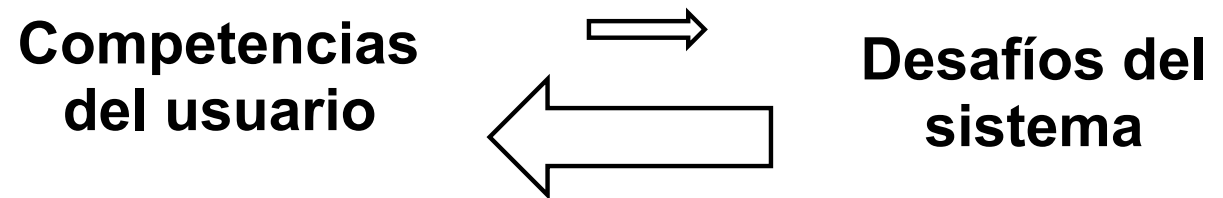
Si las competencias y los desafíos están nivelados, **se establece la interactividad.**

Definición de Interactividad



Si las competencias del usuario exceden los desafíos del sistema, la interactividad se interrumpe por **aburrimiento**.

Definición de Interactividad



Si los desafíos del sistema exceden las competencias del usuario , la interactividad se interrumpe por **frustración**.

Unidad I

Conceptos Generales

Escala Cualitativa de Interactividad

Escala cualitativa de Interactividad

Grado 1: Control de velocidad: Sólo controles de avance y retroceso.

Grado 2: Control de secuencia: Se puede elegir hacia dónde navegar en cada momento.

Grado 3: Control de medios: Controlar contenidos mediante botones (play, stop, zoom, arrastrar, etc.).

Grado 4: Control de variables: Alteración del contenido por adición, sustracción o cambio (llenar formularios, usar bases de datos, etc.)

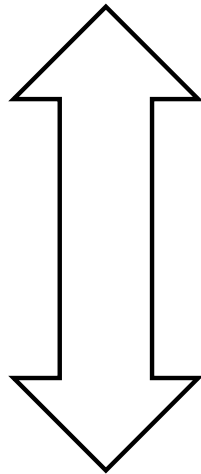
Grado 5: Control de transacción: Emula en lo digital procesos de transacción del mundo físico (e-commerce, e-government, subastas on-line, etc.).

Grado 6: Control de objetos: Manipulación de objetos como en el mundo físico (arrastre, rotura, modificación, etc.).

Grado 7: Control de simulación: Operación de entornos de realidad virtual, alto grado de multisensorialidad.

Escala cualitativa de Interactividad

- **Menor Interactividad** / mayor linealidad / menos grados de libertad



- **Mayor Interactividad** / menor linealidad / más grados de libertad

Control de velocidad

Control de secuencia

Control de medios

Control de variables

Control de transacción

Control de objeto

Control de simulación

Unidad I

Conceptos Generales

El hipertexto

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.

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 Hipertexto

Los productos multimedia presentan la característica de la HIPERTEXTUALIDAD:

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

Los productos multimedia presentan la característica de la HIPERTEXTUALIDAD:

- 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

Los productos multimedia presentan la característica de la HIPERTEXTUALIDAD:

- 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.

Características Temporales

Si bien la temporalidad es factible de ser alterada en estos medios, las alteraciones pueden ser de diferente naturaleza.

Encontramos:

- Alteraciones de **Orden**
- Alteraciones de **Duración**
- Alteraciones de **Frecuencia**

Estas alteraciones se cumplen con el mismo concepto que en el relato audiovisual

Características Temporales

Alteraciones de la temporalidad.

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

- **ALTERACIONES DE ORDEN:**
 - **Anacronías de anticipación o prolepsis**
Recorrido premonitorio, aparición de un contenido que naturalmente aparecería después. También llamado flash-forward.

 - **Anacronías de retrospección o analepsis**
Muy frecuente, se vuelve a contenidos pasados. También llamado flash-back.

- **Estas alteraciones son la operatoria regular en la navegación.**

Características Temporales

Alteraciones de la temporalidad.

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

- **ALTERACIONES DE DURACIÓN:**
 - **Relato anisócrono con elipsis temporal:** se suprimen ciertos sectores no significativos, dejando los que comunican efectivamente los contenidos.
 - **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:**
 - **Relato singulativo:** Los contenidos se exploran que pasó una sola vez.
 - **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**

Unidad I

Conceptos Generales

La hibridación de medios

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:

- Géneros Narrativos
- Funcionalidades
- Pautado estético y estilístico
- Estructuras narrativas
- Actitud relacional del usuario

La hibridación de medios

Tipificaremos tres tipos de relaciones que los usuarios establecen con el dispositivo técnico:

- **Actitud de sillón:** Relacionada con el ocio y el entretenimiento (ej: tv y dvd).
- **Actitud de escritorio:** Relacionada con la productividad (ej: pc de escritorio)
- **Actitud de calle:** Relacionada con el tránsito y el espacio público (ej: reproductor de mp3, 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.