



Multimedia I

Profesor DI Especialista Ariel Amadío

Multimedia I

Profesor DI Ariel Amadío

Unidad II: “Productos Multimedia”

Clasificación de medios

Criterio de clasificación de medios:

- Las tipologías de clasificación de medios son variadas y responden a múltiples criterios (soporte técnico, complejidad, nivel de interactividad, etc.)

1. Abordaremos una primera clasificación según **interactividad y control** (Xavier Berenguer)

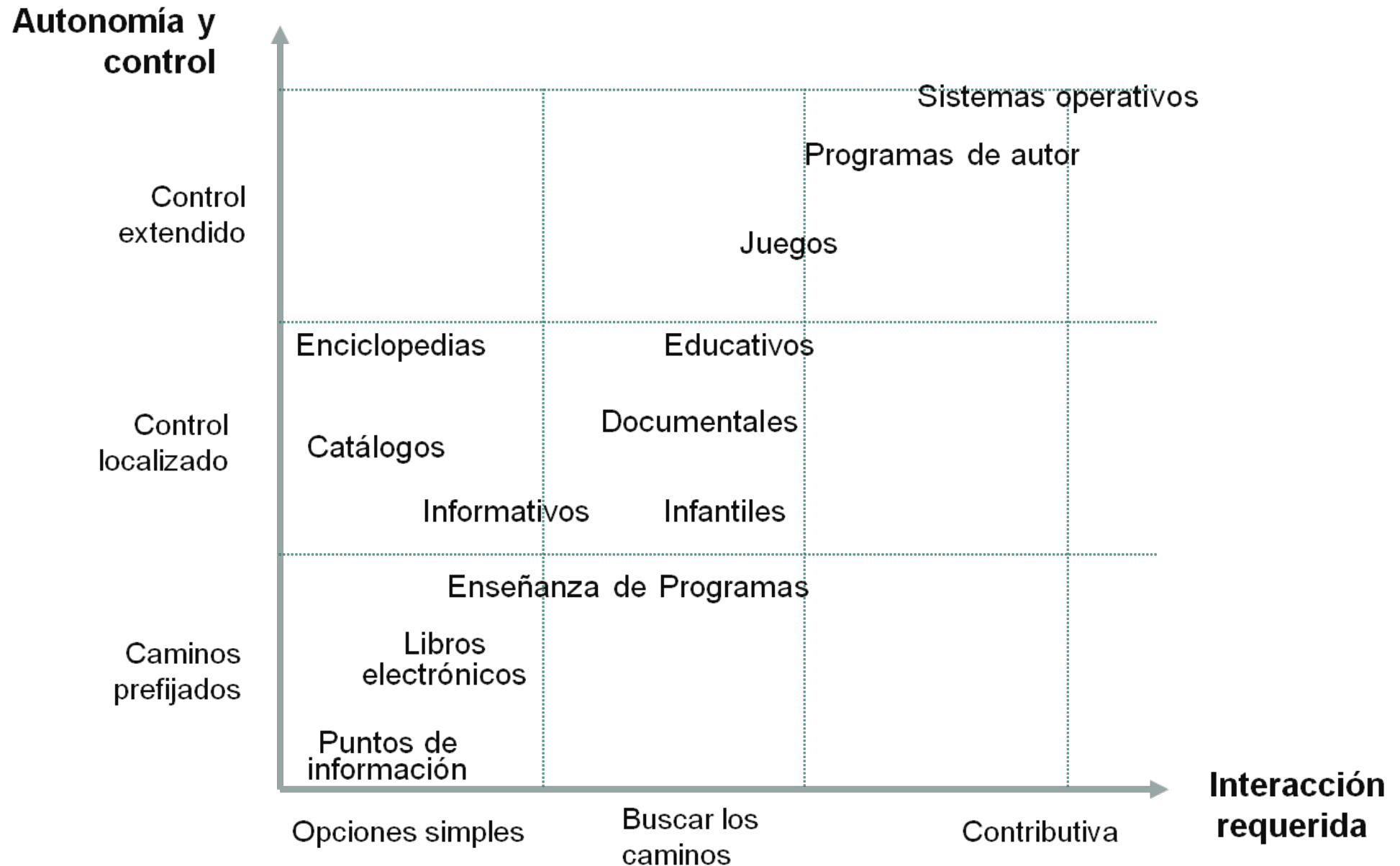
Unidad II

Productos Multimedia

Interacción y control

Interacción y control

Xavier Berenguer *“Escribir programas interactivos”*



Unidad II

Productos Multimedia

Los géneros multimedia

Los Géneros Multimedia

Definición de género:

“Los géneros son estructuras modélicas en las cuales coexisten pautas estilísticas, narrativas, de uso, etc.; las cuales configuran y tipifican al género, generando una identificación clara sobre sus productos”

Los Géneros Multimedia

Orihuela y Santos proponen las siguientes categorías de géneros:

1. Ficción
2. Información
3. Educación
4. Promoción
5. Expresión artística

Los Géneros Multimedia - **FICCIÓN**

1. **Necesidades de Diseño**

- Fuerte carga narrativa
- Estimulación sensorial
- Participación muy activa del usuario
- Altos niveles de interactividad
- Carácter recreativo o lúdico

Ejemplos

- Video Juegos
- Experiencias de realidad virtual
- Juegos on-line
- Películas interactivas
- DVD doméstico
- Cuentos Interactivos

Los Géneros Multimedia - **INFORMACIÓN**

1. **Necesidades de Diseño**

- Narrativa sujeta al acceso a la información
- Acceso seguro y sencillo a los contenidos
- Pantallización clara y despojada
- Niveles de interactividad medios o medios-bajos
- Alta convencionalización en la interfaz

Ejemplos

- Obras de consulta
- Obras científicas
- Diarios on-line
- Documentales
- Cd-Roms utilitarios (ej: pag amarillas)
- Sitios de e-commerce, e-government, etc.
- Enciclopedias multimedia

Los Géneros Multimedia - **EDUCACIÓN**

1. **Necesidades de Diseño**

- Componente lúdico para captar la atención
- Conocimiento de las competencias del usuario
- Pantallización atractiva y con “vitalidad”
- Niveles de interactividad medios o medios-altos
- Convencionalización en la interfaz de acuerdo al producto

Ejemplos

- Enciclopedias multimedia
- Cursos de idioma interactivos
- Capacitaciones on-line
- Tutoriales
- Campus virtuales y educación a distancia
- Sitios de instituciones educativas
- Material didáctico infantil
- Juegos Educativos

Los Géneros Multimedia - **PROMOCIÓN**

1. **Necesidades de Diseño**

- Componente lúdico para captar la atención
- Alta función fática
- Alta función persuasiva
- Interactividad elevada
- Integración con el resto del sistema promocional
- Narrativa compleja y simbólica

Ejemplos

- Sitios Promocionales
- Cd's publicitarios
- Tarjetas electrónicas
- Banners on-line
- Publicidad on-line
- Sitios Institucionales y corporativos

Los Géneros Multimedia – **E. ARTÍSTICA**

1. **Necesidades de Diseño**

- Componente lúdico para captar la atención
- Alta función fática
- Interactividad elevada
- Narrativa muy compleja y simbólica
- Participación del usuario en el armado del relato
- Compromiso emocional en el usuario

Ejemplos

- Muestras fotográficas on-line
- Museos Virtuales
- Espacios de colaboración artística en red
- Productos de expresión plástica
- Experimentación con color etc.

Unidad II

Productos Multimedia

La web 2.0

La Web 2.0

“El término, **Web 2.0** fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004

para referirse a una segunda generación en la historia de la

Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial

de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las

folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio

ágil de información entre los usuarios”

(Fuente: Wikipedia)

La Web 2.0 – Breve Reseña Histórica

Web 1.0: Páginas estáticas HTML que no eran actualizadas frecuentemente, o con la sola intervención de un webmaster.

Web 1.5: Páginas dinámicas en lenguajes abiertos (ej: php) con información actualizables desde base de datos. Aparición del Sistema de gestión de contenidos (Content Management System en inglés, abreviado CMS). Crecimiento de las *dot com*.

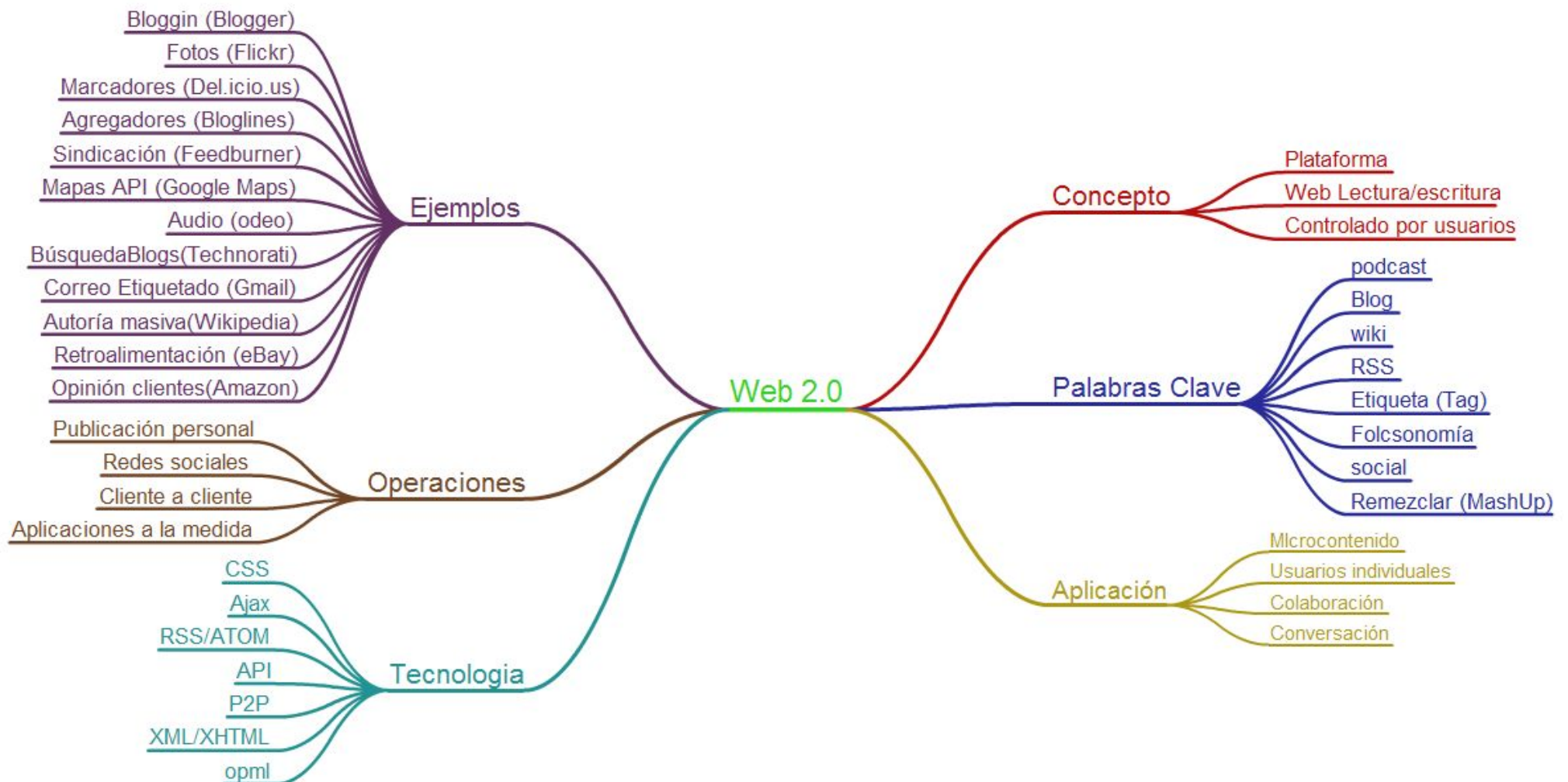
Web 2.0: Aparición de redes sociales, puntos de encuentros en la web, autogestión e inteligencia del medio “arquitectura de participación”

La Web 2.0 – Características



(Fuente: Wikipedia)

La Web 2.0 – Arquitectura



(Fuente: Wikipedia)

La Web 2.0 – Folcsonomía

Folcsonomía es una indexación social, es decir, la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, sin jerarquías ni relaciones de parentesco predeterminadas

Se trata de una práctica que se produce en entornos de software social cuyos mejores exponentes son los sitios compartidos.

(Fuente: Wikipedia)

EJ: Facebook, Twitter, Flickr

La Web 2.0 – Folcsonomía

Las **folcsonomías** surgen cuando varios usuarios colaboran en la descripción de un mismo material informativo. Por ejemplo, en del.icio.us muchas personas han guardado Wikipedia marcándola con diferentes etiquetas, pero coincidiendo la mayoría en *reference*, *wiki* y *encyclopedia*

(Fuente: Wikipedia)