

Media

En cada momento, estamos rodeados de mucha información



textos



imágenes



páginas web



Grado en Gestión de la Informa
III de Madrid

2.304 visualizaciones

videos



tooltips



presentaciones

Media

Imaginemos ser parte del equipo marketing de una gran empresa.



¿Qué medios de comunicación utilizaríamos para la campaña de lanzamiento de un nuevo producto?





Media



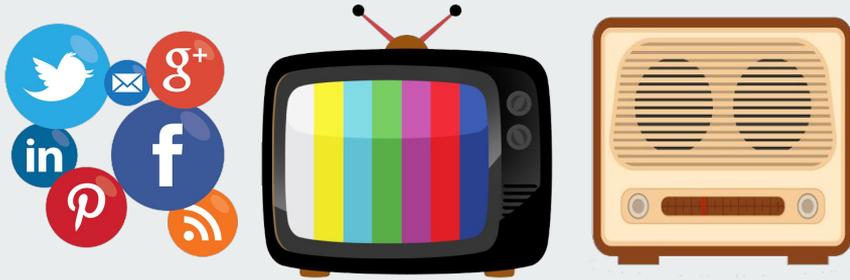
→ redes sociales

Media



- redes sociales
- televisión

Media



- redes sociales
- televisión
- rádio

Media



- redes sociales
- televisión
- rádio
- carteles publicitarios



Media



- redes sociales
- televisión
- rádio
- carteles publicitarios
- folleto
- ...





Media

Cada medio de comunicación tiene características propias que lo hacen más o menos adecuado para un uso específico.

El medio de comunicación a elegir depende de la información que se quiere presentar y el mensaje que se quiere enviar.



Media

Se distingue entre dos tipos básicos de media:

- **dinámico**, donde la información y lo que se ve puede cambiar a lo largo del tiempo
 - ◆ sin tiempo, los vídeos, las animaciones y los sonidos no existen
- **estático**, donde la información no sufre cambios
 - ◆ las imágenes y los textos tiene siempre el mismo contenido



Media Dinámicos VS Media Estáticos

Los **media dinámicos** o basados en el tiempo se presentan generalmente en una pantalla con los controles para reproducir, parar o pausar lo que se está viendo, como por ejemplo un lector DVD o un reproductor de música.

No se puede hacer lo mismo con una imagen o un texto (**media estáticos**).



Media Dinámicos VS Media Estáticos

Los **media dinámicos** requieren tiempo para ser vistos, aun si hay herramientas que permiten editarlos o saltar hacia adelante / atrás. Además, presentan la información en un orden fijo que el usuario no puede cambiar.

Los **medios estáticos** pueden ser observado por el tiempo que el usuario considere adecuado, sin ningún tipo de limitación. Además, si se tiene una colección de imágenes o textos, los usuarios pueden decidir en qué orden verlas y por cuánto tiempo observarlas.



Media Dinámicos VS Media Estáticos

Los **textos** son una representación de la lengua escrita que comunican a través de palabras organizadas en frases y ordenadas siguiendo una cierta lógica. De esta forma, se pueden ver como una manera de grabar un discurso y, de consecuencia, leer sería como escuchar.

Entonces, ¿podemos decir que los textos son media dinámicos?



Media Dinámicos VS Media Estáticos

Los lectores usan muchas técnicas, como saltar una sección, releer otra o solo echar un vistazo, que no respetan el orden de presentación del texto.

Por otro lado, los autores y editores de libros y revistas utilizan otras técnicas de presentación visual y organización del texto a través de títulos, subtítulos, tablas, índices y referencias cruzadas.

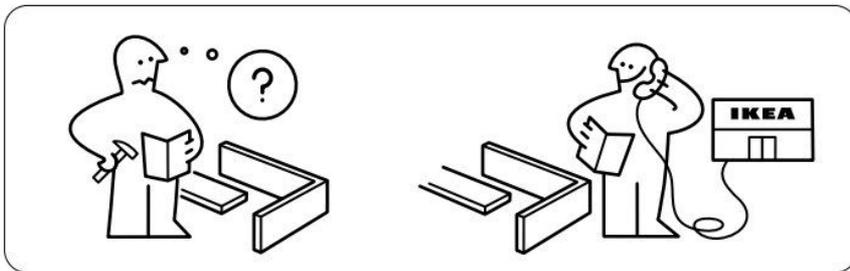
De esta forma, podemos afirmar que el texto se puede ver más como un medio estático.

¿Qué medio elegir?

Hay que elegir el medio de comunicación más apropiado dependiendo del objetivo. Por ejemplo:

- Las imágenes son buenas para mostrar con claridad la apariencia de algo. Sin embargo, las imágenes solo muestran las características superficiales.
- Para explicar cómo funciona algo, el texto puede ser más eficiente.

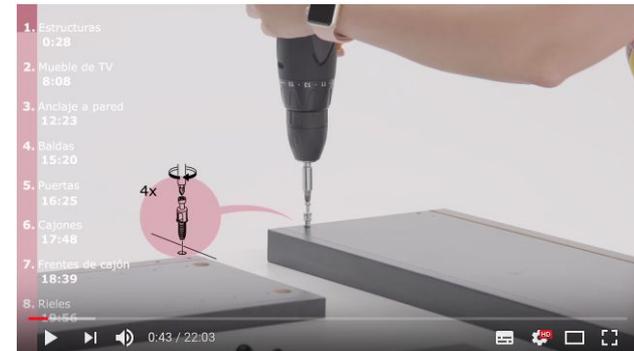
Las instrucciones de IKEA con solo imágenes pueden dar problemas si son muy complejas.



¿Qué medio elegir?

Hay que elegir el medio de comunicación más apropiado dependiendo del objetivo. Por ejemplo:

- Respecto a las imágenes, los vídeos pueden mostrar cómo se mueven o cambian con el tiempo los objetos. Es habitual combinar el video con el sonido para grabar también comentarios y explicaciones adicionales.



Instrucciones de montaje IKEA – Mueble de Televisión con almacenaje BESTÅ

14.603 visualizaciones

👍 46 💬 6 ➦ COMPARTIR ⚙️ ⋮



¿Qué medio elegir?

¿Por qué necesitarías usar un medio diferente si el video responde a todas nuestras necesidades?

- El video toma su tiempo e impone el suyo. A veces, las personas necesitan soluciones más rápidas y prefieren ir a un resumen bien definido o elegir un detalle preciso de las instrucciones a las que debe hacer referencia. El texto es ideal para esto.

Elegir usar un medio inapropiado puede llevar a acceder al contenido de una forma inconveniente e ineficiente.



¿Qué medio elegir?

Nos han pedido realizar un documental sobre Louis Armstrong. ¿Qué medio elegiríamos?

- El video necesita mantener un flujo continuo de imágenes, incluso cuando no hay. Por esta razón, todo el contenido que se enseñe en el video, debería estar documentado por imágenes o trozos de grabaciones. Si no hay imágenes o grabaciones originales de la época, a lo mejor se podrían grabar lugares que hayan jugado un papel importante en la vida de Armstrong.
- Con todas las imágenes y las grabaciones se corre el riesgo de quitar importancia a la componente musical del documental.



¿Qué medio elegir?

Nos han pedido realizar un documental sobre Louis Armstrong. ¿Qué medio elegiríamos?

- El video parece no ser el mejor medio para un documental sobre Louis Armstrong.
- Un libro tampoco sería la mejor solución por la razón de que el lector no podría escuchar ninguna música.
- Un CD con un folleto podría ser una opción, pero no hay una manera fácil de relacionar las pistas en el CD con el texto y las imágenes en el folleto.
- Otra solución podría ser un sitio web, pero se deberían organizar las imágenes, los textos y los fragmentos de videos en una forma fácil de navegar.



¿Qué medio elegir?

Queda claro que cada medio tiene sus inconvenientes y ventajas, y para muchos proyectos puede ser que ningún medio sea perfecto.

Lo importante es tratar de elegir el medio o combinación de medios más apropiado para la tarea en cuestión, y no tratar de convertir todo en televisión.



Accesibilidad de los medios

A parte de las diferencias, los diferentes medios tienen también algunas cosas en común.

- Todos menos el sonido son medios visuales, percibidos por la vista. Por lo tanto, la comunicación a través de estos medios plantea problemas para las personas que tienen dificultades visuales.
- La comunicación que usa el sonido causa problemas a las personas con dificultades auditivas. Lo mismo pasa con el texto que puede ser más o menos fácil de leer, dependiendo de qué tan grande es la impresión, qué combinación de colores se usa en la página, ...

La accesibilidad se refiere a hacer que sea sencillo para personas con habilidades limitadas acceder a diferentes tipos de contenido, incluyendo multimedia y web.



Multimedia

Los media se pueden representar en formatos digital, que los ordenadores puedan leer, almacenar, o manipular. De esta forma, resulta más fácil poder combinarlos en lo que se llama multimedia.

El ejemplo más conocido de multimedia digital es el WWW - World Wide Web, donde media dinámicos, textos, e imágenes se combinan en una red de páginas enlazadas a través de enlaces.

En realidad, ejemplos de multimedia se pueden encontrar en revistas o libros donde se combinan textos e imágenes, o en programas de televisión con videos, en vivo o grabados, imágenes, textos y sonidos.



Multimedia

- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos.

Multimedia

- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos. Ejemplos son lo kioscos informativos



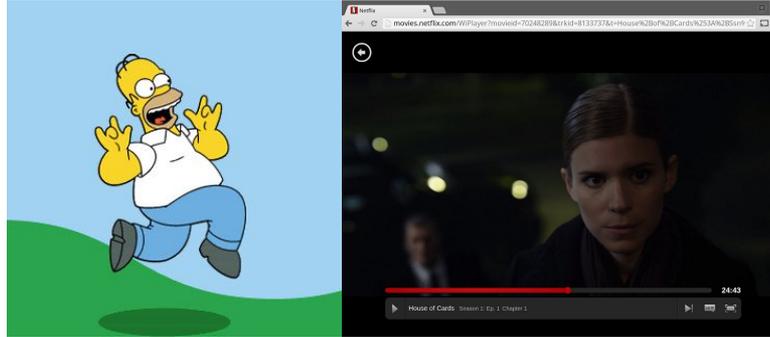
Multimedia



- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos. Ejemplos son lo kioscos informativos y las animaciones digitales.



Multimedia

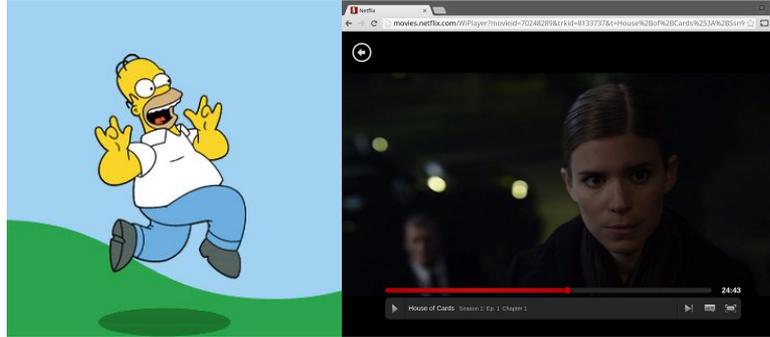


- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos. Ejemplos son lo kioscos informativos y las animaciones digitales.
- Interactiva: el usuario participa en el flujo de información.
 - ◆ Interactividad básica - incluye menús y botones para interactuar con el contenido





Multimedia

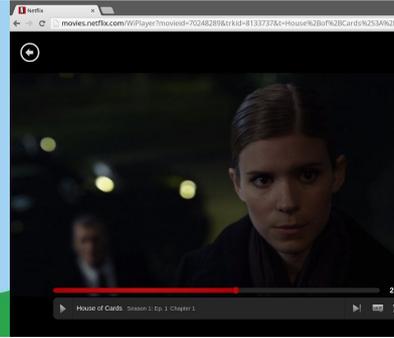


- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos. Ejemplos son lo kioscos informativos y las animaciones digitales.
- Interactiva: el usuario participa en el flujo de información.
 - ◆ Interactividad básica - incluye menús y botones para interactuar con el contenido
 - ◆ Interactividad adaptativa o Intellimedia - adapta el flujo de la información a las necesidades e intereses específicos de los usuarios





Multimedia



- No interactiva: el usuario se limita a observar la información y no tiene ningún control. Los diseñadores / desarrolladores del contenido establecen la secuencia de los media y cómo representarlos. Ejemplos son lo kioscos informativos y las animaciones digitales.
- Interactiva: el usuario participa en el flujo de información.
 - ◆ Interactividad básica - incluye menús y botones para interactuar con el contenido
 - ◆ Interactividad adaptativa o Intellimedia - adapta el flujo de la información a las necesidades e intereses específicos de los usuarios
 - ◆ Interactividad inmersiva - lleva el usuario a un mundo alternativo





Multimedia Digital

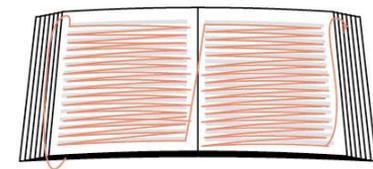
La diferencia que hay respecto al pasado está en que en la multimedia digital, el texto, el sonido, las imágenes, etc., se representan con bits y pueden ser tratados como datos por programas informáticos. Esto significa que los usuarios pueden interactuar con elementos multimedia manipulando objetos directamente con el ratón.

Una consecuencia de la capacidad de manipular contenidos multimedia mediante un programa es la no linealidad.

Multimedia Digital

- Secuencia lineal: el contenido es accedido de forma lineal, desde el inicio hasta el final. La intención del creador del trabajo es que se experimente linealmente.
- Secuencia no lineal: se habla de multimedia interactiva, donde el usuario al hacer clic o arrastrando el puntero puede moverse sobre una línea de tiempo arbitrariamente.

Book: physical arrangement of text and pages implies a linear reading order.



Film: fixed order of frames defines a single playback sequence.





¿Cómo combinar diferentes media digitales?

- Modelos basados en páginas - el texto, las imágenes y el video se presentan en una disposición bidimensional que se asemeja a la forma en que el texto y las imágenes se presentan en libros y revistas.
- Modelos basados en el tiempo - los elementos basados en el tiempo, como los videoclips y el sonido, están incrustados en la página como si fueran imágenes, ocupando un área fija; se pueden proporcionar controles dentro de la página para iniciar y detener su reproducción.



Hipermedia

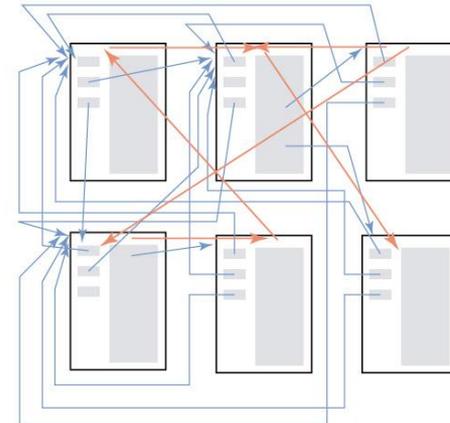
Las páginas individuales pueden combinarse mediante enlaces para permitir al usuario saltar de una página a otra, no necesariamente siguiendo un orden fijo.

Las páginas enlazadas que son solo de texto se llaman hipertexto. Cuando en las páginas hay otros medios incrustados, la combinación se denomina hipermedia.

El ejemplo más conocido de un sistema de hipermedia es la World Wide Web.

Hipermedia

La hipermedia toma su inspiración de los medios basados en papel con añadidas las dimensiones del tiempo y del espacio. De consecuencia, los elementos multimedia se organizan en una línea de tiempo, como una secuencia, que puede verse afectada por las interacciones del usuario y causar saltos. Así es como surge la no linealidad en la Web.



Hypermedia: links between pages permit multiple arbitrary reading orders.



Bibliografía

- Chapman, N. P.; Chapman, J. Digital Multimedia. Wiley. 2009
<http://biblioteca.uc3m.es/uhtbin/cgiirsi/x/SIRSI/0/5?searchdata1=^C712273>
- Savage, Terry Michael; Vogel, Karla E. An introduction to digital multimedia. Jones & Bartlett Learning. 2013
<https://proquest.safaribooksonline.com/9781449688394>