Tipologías de la multimedia

Las tipologías de producto multimedia se pueden clasificar de acuerdo a la intencionalidad de la información y de la plataforma informática, es decir, los medios de difusión, en que estarán funcionando las aplicaciones multimediales.

A. CLASIFICACIÓN SEGÚN PROYECTOS:

1. MULTIMEDIA EDUCATIVA.

2. MULTIMEDIA COMERCIAL.

3. MULTIMEDIA INFORMATIVA.

4. MULTIMEDIA PUBLICITARIA.

B. DEFINICIÓN Y CARACTERISTICAS DE CADA UNA DE ELLAS:

1. MULTIMEDIA EDUCATIVA:

El desarrollo de la tecnología, a lo largo de la historia, ha sido punta de lanza para romper paradigmas, y nuestra época no es la excepción. Se están rompiendo con paradigmas en distintos sectores y actividades de la sociedad a causa del desarrollo tecnológico, y en especial de la computación e Internet. El área educativa, ya está involucrada.

El desarrollo de las tecnologías de la información y en especial el avance de la tecnología educativa nos ha puesto en un parte aguas en el cual debemos hacer conciencia sobre los nuevos rol de los actores que participan en un ambiente de enseñanza y aprendizaje.

La computadora, el profesor y el alumno interactúan dentro de una nueva propuesta de formación que permitirá que la educación se convierta en un proceso permanente y de mayor complejidad.

CARACTERISTICAS:

- Facilidad de uso e instalación.
- Versatilidad.
- Calidad del entorno audiovisual.
- Calidad de contenidos.
- Navegación e interacción.
- Originalidad y uso de tecnología avanzada.

– Capacidad de motivación.

– Esfuerzo cognitivo.

– Enfoque pedagógico actual.

– Potencialidad de los recursos didácticos.

– Fomento de la iniciativa y el autoaprendizaje.

– Adecuación a los usuarios y a su ritmo de trabajo.

2. MULTIMEDIA COMERCIAL:

Es la que nos brinda información a través de diferentes medios, se encarga de dar información sobre las características de un producto, su costo y los presenta en el mercado a través de imágenes, texto, grafico, video, etc.

CARACTERISTICAS:

– Transmite información.

– Atrae a las personas.

– Es muy creativa y llamativa.

– Utiliza imágenes, video, etc.

3. MULTIMEDIA INFORMATIVA:

Nos permite adquirir cualquier tipo de conocimiento a través de distintos medios, puede estar representada en medios visuales y audiovisuales.

Hoy en día las páginas web, especialmente de noticias y sitios web (por ejemplo, CNN, Yahoo, Myspace, Facebook, YouTube, etc.), suelen ser ricos en los medios de comunicación, que contienen ambas imágenes y video. Se espera que esta tendencia continúe como los medios de comunicación ricos en las páginas web cada vez más populares.

4. MULTIMEDIA PUBLICITARIA:

Consiste en el uso integrado de múltiples medios en una única campaña publicitaria. Las compañías de medios, incluyendo los periódicos, están optando por un enfoque publicitario multimedia para mejorar la atención a sus anunciantes, generar mayores ingresos, apalancar el poder de múltiples activos mediáticos, y lograr una ventaja respecto de la competencia. La estrategia publicitaria multimedia es considerada, hoy, como una de las oportunidades más promisorias para las compañías editoras – una novedad “marginal” que algunos consideran que pasará a convertirse en aplicaciones centrales en los próximos años.

Además la multimedia publicitaria es un cortometraje animado compuesto de imágenes, video clip, video editado, fotografía, texto, locución y sonido, basado en la información e imagen corporativa de una empresa recopilando información digital para que se dé a conocer el producto.

C. MEDIOS USADOS Y PLATAFORMAS DE DIFUSION ONLINE Y OFFLINE:

1. MULTIMEDIA EDUCATIVA:

MEDIOS USADOS:

1. VISUALES:

Dentro de los medios visuales encontramos:

– Medios impresos.

– Computadoras.

– Diapositivas.

– Carteles murales.

2. AUDIOVISUALES:

– Video.

– Televisión.

– Cine.

– Presentaciones didácticas de proyecciones fijas o series.

– Tele conferencias.

– Video conferencias.

– Informáticos: Presentaciones didácticas en computador, Hipertexto, Multimedia, Video Interactivo.

– Telemáticos: Medios informáticos, Internet, correo electrónico.

2. MULTIMEDIA COMERCIAL:

MEDIOS USADOS:

– Revistas.

– Video.

– Televisión, cine.

– Tele conferencias.

– Video conferencias.

– Informáticos: Presentaciones didácticas en computador, Hipertexto, Multimedia, Video Interactivo.

– Telemáticos: Medios informáticos, Internet, correo electrónico, Vía virtual de aprendizaje, video tutoriales.

3. MULTIMEDIA INFORMATIVA:

MEDIOS USADOS:

– Los productos de software, audio y video permiten incluir demostraciones para que el posible cliente los pueda probar antes de adquirirlos.

– Algunos productos de software pueden estar grabados enteramente en el CD-ROM, y el cliente solo accede a ellos mediante una clave secreta que se le facilitara en el momento de la compra.

– Otro medio de promoción puede ser la denominada publicidad indirecta, que mezcla el producto con su entorno. Un ejemplo sería un CD-ROM dedicado a cavas y vinos que presentarse otros productos de nuestra marca relacionados con el entorno.

4. MULTIMEDIA PUBLICITARIA:

MEDIOS USADOS:

– Computadores.

– Sistema MX.

– PSTN.

– Internet.

– Fax.

– POTS.

– Audífonos con micrófono.

– Teléfono IP.

– Video.

PLATAFORMAS DE DIFUSION ONLINE Y OFFLINE:

– ONLINE:

En general, se dice que algo está en línea, on-line u online si esta conectado a una red o sistema mayor.

– OFFLINE:

En telecomunicaciones, el término fuera de línea (off-line en ingles). Offline es la condición de estar desconectado o fuera de una red.

D. TIPOS DE SOFTWARE Y HARDWARE UTILIZADO PARA CADA UNA DE ELLAS:

1. HARDWARE:

– UN MONITOR.

– UNA CPU.

– UN MOUSE OPTICO.

– QUEMADOR DE CD Y DVD.

– IMPRESORAS.

– ESCANER.

– Pentium 4 de 2.5 Ghz a 3.06 Ghz (aprox.).

– 1024 Mb Memoria RAM.

– DD de 160 GB de 7200 rpm.

– Tarjeta Madre Intel 850.

– Tarjeta de Sonido Sound Blaster Audigy 2 Platinium.

– Tarjeta de Video Geforce 4 Ti 4800 de 128 MB.

2. SOFTWARE:

– Photoshop: Probablemente el mejor programa para trabajar con gráficos, para retoque fotográfico, etc.

– Corel Ventura 10: Después de 4 años se publica una nueva versión de este programa de publicación de contenidos digitales para impresión.

– Sothink DHTML Menú: Un programa para crear menús DHTML fácilmente a golpe de ratón y sin tener que escribir ni una sola línea de código.

– Adobe Photoshop CS: Esta versión se centra especialmente en los ámbitos de video, fotografía, web y producción gráfica.

– Xara X1: Xara es un software de dibujo e ilustración rápido y con interesantes funcionalidades. Puede sustituir a Corel o Ilustrator.

– Photo Impact: Programa de retoque fotográfico y de creación de imágenes e interfaces para la web de bajo coste y alta calidad.

– Deep Paint 3D: Proporciona a los artistas y creativos, que trabajan en 3D, una herramienta intuitiva y fácil de usar para pintar y texturizar modelos en 3 dimensiones.

– Flax: Un programa muy útil para crea animaciones de texto en Flash muy buenas y rápidamente.

– Adobe GoLive: Editor de HTML profesional WYSIWYG. Con grandes capacidades.

– TopStyle Lite: Editor CSS. El programa permite crear nuestras hojas de estilo de forma sencilla.

– GIMP Shop: El programa de diseño gráfico Gimp Shop, en realidad es un plugin para GIMP, que hace que su interfaz se parezca más a la del GIMP como tal.

– Flash: Un programa para el diseño de animaciones vectoriales en páginas web.

– Image Resizer VSO: Redimensionado fácil e instantáneo de imágenes. Cambia el tamaño de fotos con un programa de uso sencillo y rápido.

– CamStudio: CamStudio es un programa gratuito para grabar la pantalla del ordenador y capturar todo lo que ocurra. Lo que se conoce también como screen recorder.

– Any Video Converter: Programa conversor de vídeos entre distintos formatos. Any Video Converter también permite optimizar el tamaño de los vídeos finales y sus características.

– Cortona, cliente VRML: Programa para visualizar mundos VRML que se instala como Plug-in, compatible con los navegadores más habituales.

E. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE CADA UNA DE ELLAS:

1. VENTAJAS:

– Puede lograrse una mayor consistencia pedagógica, ya que la información contenida es la misma en distintos momentos y para diferentes alumnos.

– La metodología de trabajo, dentro de su variedad, es homogénea.

– Puede darse la evaluación de procesos y no sólo de resultados.

– Puede convertirse en forma creciente y en función de la evolución de las tecnologías que lo sustentan en uno de los medios de instrucción de más calidad.

2. DESVENTAJAS:

– Alto costo del material de los equipos y de la producción del material.

– Falta de estandarización: hay una multiplicidad de marcas y estándares que tiende a reducirse a dos: Multimedia PC para compatibles y, por otro lado, Macintosh de Apple.

– Falta de programas en cantidad y calidad en lengua castellana, aunque existan muchos en lengua inglesa.

– Problemas de capacitación docente: el personal docente no se siente preparado para el uso de esta tecnología y, además, con frecuencia tiene cierto ´miedo´ que revierte en tecnofobia.

F. CAMPOS DE APLICACIÓN SEGÚN EL TIPO:

La multimedia debe ser considerada como una tecnología que posibilita la creatividad, mediante los sistemas de computación; que la producción y creación por computadora reduce el derroche de recursos técnicos y económicos, utilizando los recursos tecnológicos, sus avances y las herramientas multimedia, se puede desarrollar muchos productos interactivos, sencillos, y en los cuales utilizando diversas técnicas de diseño y mucha creatividad se puede incluir mucho contenido informativo. Multimedia es una suma de hardware y software en busca del mismo objetivo, humanizar la máquina. La interacción, que multimedia exige del usuario, facilita la atención, la comprensión, y la retención de información de una forma intuitiva, espontánea y divertida, muy diferente a las metodologías tradicionales de enseñanza y aprendizaje.

G. ¿COMO INFLUYE LA MULTIMEDIA EN NUESTRA VIDA COTIDIANA Y PROFESIONAL?

Toda tecnología nueva lleva consigo una transformación del sistema productivo, de las relaciones sociales e incluso de la división del trabajo.

Esto origina un cambio de mentalidad en toda la estructura, desde los creativos y publicistas, hasta los técnicos y comerciales, tanto a nivel de concienciación y de aceptación del necesario cambio tecnológico como de adaptación a la nueva tecnología.

H. ¿DONDE SE APLICA LA MULTIMEDIA?

1. ENSEÑANZA: Libros interactivos, enciclopedias, enseñanzas asistidas por ordenador.

2. TRABAJO: Presentaciones de empresas, base de datos de empresas, catálogos de productos, kioskos interactivos, puntos de información, aparadores interactivos.

3. OCIO: Juegos, periódico (como es el caso de ABC, El Periódico, Frankfurt Heralde Maine, etc.), CD-ROM musicales.

I. ¿COMO AYUDA LA MULTIMEDIA A LA VENTA?

La multimedia ayuda a la venta en gran medida por su aporte a la interactividad que hace que los clientes o consumidores vean y analicen con más detalle lo que van a adquirir o consumir evitando cualquier tipo de insatisfacción por parte del mismo consumidor.