

NOMBRE DEL DOCENTE: Natividad Ríos

TALLER: No 1

ÁREA O ASIGNATURA: Diseño e Integración de Multimedia GRADO: 11 GRUPO (S): 11°1

TEMA(S): Elaboración proyecto de contenidos multimedia para sitio web.

SEMANA: Del 20 al 24 de abril

#### INDICADOR(ES) A DESARROLLAR:

- Incorporar los elementos de la multimedia según los criterios del storyboard.
- Programar elementos interactivos de la multimedia siguiendo las especificaciones del mapa de navegación y el storyboard.
- Elaborar los elementos de la multimedia siguiendo las pautas establecidas en el guion técnico.

### 1. DESARROLLO TEÓRICO DE LA TEMÁTICA CON SUS RESPECTIVOS EJEMPLOS

#### HIPERTEXTUALIDAD

Se refiere a la importancia de construir textos que usen enlaces que lleven a otros recursos que sirvan para profundizar en la información inicial. Utilizando enlaces para comunicar partes de los contenidos. Por ejemplo:

- Dos páginas web dentro de un mismo sitio web
- Un texto con una animación
- Un texto con otro texto, etc.



#### COMPONENTES DE LA ESTRUCTURA HIPERTEXTUAL

- Nodos (Piezas de información)
- Enlaces (hiperenlaces, vínculos, hipervínculos o links)
- Pisos o niveles

#### TIPOS DE LINKS

- Links intrapágina:
  - Enlaces que comunican un punto con otro, pero dentro de la misma página web (es decir, en la misma pantalla)
- Links interpaginas:
  - Comunican dos páginas web distintas, de dos sitios web diferentes
  - Cuidado con su uso, pues si uno hace que el lector o usuario se vaya de nuestro producto, es posible que no regrese.
- Links intrapágina:
  - Comunican dos páginas web distintas, dentro de un mismo sitio web
    - Por ejemplo, comunican una sección con otra, como los que se usan en los menús de los sitios web.
- Incrustados: insertos en el texto, en las fotos, en los títulos o en cualquier parte
- Organizados en índices o menús

#### INTERACCIÓN E INTERACTIVIDAD

- **INTERACTIVIDAD** normalmente se refiere a la relación o comunicación entre el usuario y el sistema o producto digital... a cómo ambos se comunican.
- **INTERACCIÓN** se refiere a la relación o comunicación entre usuarios:
  - Entre emisores y receptores de un producto
  - O entre los mismos receptores
- Por lo tanto:
  - Interactividad se usa para hablar de la comunicación hombre-máquina u hombre-sistema.
  - Interacción, para referirse a la comunicación hombre-hombre a través de máquinas, es decir a la comunicación interpersonal mediada por TIC.



Cuando se diseña un producto, hay que planificar y realizar, por separado, estrategias para lograr la interacción y la interactividad.

¿De qué forma entonces, dialogan los usuarios del sistema? Mediante servicios que facilitan la comunicación sincrónica o asincrónica:

- Comunicación sincrónica:
  - Chats
  - Videoconferencias (Skype, por ejemplo)
  - Etc.
- Comunicación asincrónica:
  - Foros y comentarios
  - Redes sociales como Facebook
  - Videos
  - Blogs, fotoblogs y videoblogs
  - Correo electrónico
  - Encuestas, calificación, me gusta, etc.

## **USABILIDAD**

Se define como **el atributo de calidad que mide lo fáciles que son de usar las interfaces Web.**

- Pero ¿qué implica eso, en términos concretos?
  - Facilidad de uso
  - Comodidad a la hora de usar o navegar por un contenido digital
  - Lograr los propósitos con rapidez, efectividad, eficiencia y satisfacción
  - Que el contenido o el uso de una aplicación sean: comprendidos, aprehendidos, usados fácilmente y atractivos **para un usuario, en condiciones específicas de uso.**

## **ACCESIBILIDAD**

Se refiere a la facilidad de uso por parte de los usuarios con:

- Discapacidades físicas o cognitivas
- Limitaciones técnicas o de competencias digitales
  - Por utilizar recursos técnicos obsoletos o minoritarios
  - O por no saber utilizar los recursos técnicos, es decir por falta de alfabetización digital.

## **2. ENLACES Y/O TEXTOS PARA PROFUNDIZAR LA TEMÁTICA**

### **Enlaces**

Las seis etapas de la creación de un nuevo sitio web

[https://www.verisign.com/es\\_LA/website-presence/online/creating-a-website/index.xhtml](https://www.verisign.com/es_LA/website-presence/online/creating-a-website/index.xhtml)

Ejemplo de sitio web.

<https://natividadrios1731.wixsite.com/viajaporcolombia>

## **3. EJERCICIOS DE REPASO**

La elaboración de un producto de contenidos digitales multimedia, exige tener un proyecto previo que incluye varios pasos que garantizan un trabajo de calidad, riguroso, con excelente manejo de la información y con un efecto comunicativo claro y efectivo.

A continuación se explican los pasos para la elaboración de este tipo de proyecto.

### **ACTIVIDAD**

Realización de un sitio web de tu proyecto productivo. Inicialmente debes responder los siguientes puntos:

**Autor:**

- 1. Plantear el tema que se quiere trabajar en el producto digital multimedia (sitio web).**
- 2. Definir necesidad o problema que se busca resolver:** *un producto digital multimedia debe responder a una necesidad de información específica, contribuir a resolver un problema o aprovechar una oportunidad. En este análisis se tiene en cuenta el contexto, el entorno de las condiciones educativas, sociales o de cualquier otra índole. ¿A cuál de estos factores respondería su idea de producto digital multimedia?*
- 3. Benchmarking, identificación y análisis de antecedentes:** *se trata de buscar productos web que le apunten a la misma necesidad, problema u oportunidad para la que queremos trabajar. Es importante tener en cuenta la producción en diversos ámbitos (internacional, nacional, regional y local), dependiendo del tema, para tener suficiente material que permita identificar tendencias en la realización de productos digitales multimedia en el área de interés. Este tipo de análisis se denomina benchmarking.*

**GUÍA PARA EL BENCHMARKING:** *Se trata de observar detalladamente cada uno de los productos*



escogidos para analizar. De cada tema depende la disponibilidad de productos (sobre algunos hay muy poco material). De ser posible se pueden analizar alrededor de tres productos o sitios Web. Se indaga sobre los siguientes aspectos:

- ¿Qué objetivos implícitos o explícitos tiene cada producto?
- ¿A qué público está dirigido cada producto?
- ¿Qué características de la producción de contenidos digitales aplican los otros productos? (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, interacción, participación?)
- ¿Cómo está organizada la información en los otros productos? ¿tienen secciones o apartados?
- Aplica el sitio analizado la usabilidad? ¿Cuáles son las fallas de usabilidad?
- ¿Cuáles son las debilidades de cada producto analizado?
- ¿Cuáles los aciertos de cada producto analizado?
- ¿Cuáles serán mis estrategias para marcar la diferencia con respecto a los antecedentes o los productos ya existentes?
- ¿Cuál es el valor agregado del producto que quiero crear?

**4. Definir objetivos (principales y secundarios) para el proyecto:** con los objetivos se define el alcance de lo que se quiere producir.

**5. Definir el público primario (objetivo) y secundario:** para la definición del público es necesario tener en cuenta los siguientes factores:

- Perfil del público: perfil demográfico, sicográfico, sociográfico.
- Hábitos, necesidades y expectativas del público, con relación al producto que queremos producir.
- Analizar su perfil tecnológico (usos, costumbres, niveles de alfabetización digital, ideas, etc. Relacionadas con las TIC.

### **EJEMPLO DE CÓMO RESOLVER CADA PUNTO**

(Lo debes hacer de acuerdo a tu proyecto)

**Autor:** (Aquí va el nombre de ustedes)

**1. Plantear el tema que se quiere trabajar en el producto digital multimedia.**

- Turismo económico en las regiones de Colombia.

**2. Definir necesidad o problema que se busca resolver:**

Colombia es un país privilegiado por su riqueza natural, biodiverso y multicultural. Está conformada por 6 regiones, Amazonia, Andina, Caribe, Insular, Orinoquía y Pacífico. Con este sitio web se quiere mostrar de forma digital y dinámica, diferentes lugares de las regiones donde se puede viajar y conocer con un turismo económico.

**3. Benchmarking, identificación y análisis de antecedentes:**

1. <http://www.visaalmundo.com>

Visa al mundo es un sitio web creado por Ricardo Ruiz Villalobos un joven mexicano de 26 años que se ha dedicado a viajar por diferentes lugares del mundo. En este sitio muestra a través de textos, videos, fotos y mapas, sus experiencias y cuenta que es "Un espacio donde pueda hablarles de la mentalidad de los países a los que he viajado, de ideas novedosas de negocio que hay allá afuera, pero sobretodo, de tips para viajar a los países que he ido sin gastar tanto dinero, que lugares visitar, a dónde ir de fiesta y así." Las páginas están conformadas en forma de blog.

Va dirigido a las personas que le guste los viajes, festivales y vivir nuevas experiencias.

Se observa en el sitio una multimedialidad con enlaces incrustados, internos y externos, nodos y niveles, con una estructura no lineal, tiene interactividad e interacción ya que a través de sus redes sociales y un formulario de suscripción o contacto les da participación a los usuarios.

La información se presenta con un menú tradicional de forma horizontal que aparece dos veces, con nueve nodos de primer nivel y cuatro de ellos presentan un segundo nivel y uno mostrando un tercer nivel. Se observa también un banner en el cual se identifica el nombre y el logo abarcando la parte superior del sitio web. Cada página tiene diversa forma de interactividad con videos fotos y textos.

En cuanto a la usabilidad, la información a pesar de que es muy útil, se podría presentar de una forma más organizada y atractiva, los videos para una persona con dificultades auditivas no se encuentran subtítulos, no se da una información introductoria del sitio web.

En resumen, es un sitio con información muy valiosa para las personas que desean conocer referencias de países y ciudades antes de emprender un viaje.

2. <http://www.tiochiqui.com/>

Es un Blog creado por Fernando Picazo en donde muestra con fotos, mapas, texto y videos sus experiencias de viajes. Dice Fernando que "En este blog hablo de mis viajes, de mi vida en Japón en la actualidad y, a veces, de cosas que simplemente me sale de ahí mismo contar".

El blog cuenta con un menú horizontal con 7 Nodos y un banner en la parte superior que abarca toda la pantalla. Les da participación a los usuarios permitiendo que dejen mensajes al final de sus publicaciones. El sitio ofrece interactividad, pero después de un tiempo se torna aburrido, los videos no se presentan subtítulos. En general el autor quiere dar a conocer sus viajes, pero debería organizar



mejor la información.

3. <http://www.mochiadicotos.com/>

*Es un blog creado por Tamara Seoane Martinez y Fran con el objetivo de como ellos lo dicen "Nuestra misión es inspirarte, contarte trucos viajeros y demostrarte cómo es posible VIVIR VIAJANDO." Es un blog sencillo que tiene 10 Nodos de primer nivel, que al hacer clic en cada uno de abre una nueva página con la información representada en diversos lenguajes como fotografías, textos y mapas. En cuanto a la interactividad al tener en sus beneficios publicidad, esto en un momento aburre al usuario, todas las imágenes que utilizan son de adornos porque no explican que lugar es.*

*Le dan participación al usuario a través de los enlaces externos de las redes sociales, en las cuales se puede hacer comentarios o dejar mensajes. Presentan información valiosa para los viajeros la cual podrían presentar de forma innovadora y no tan tradicional y común.*

¿Cuáles serán mis estrategias para marcar la diferencia con respecto a los antecedentes o los productos ya existentes?

*Este proyecto será un sitio web diferente por su interactividad, usabilidad y participación de los usuarios, encontrando en él información importante a la hora de realizar turismo económico en Colombia. Será creado para que sea accesible, muy sencillo en su composición de tal manera que a pesar que existen blog y sitios relacionados con este tema, RAVEL 3B marcara la diferencia con su diseño e innovación en la integración de diferentes productos digitales multimedia.*

¿Cuál es el valor agregado del producto que quiero crear?

*Quiero hacer un sitio web diferente, y mi valor agregado estará en **el diseño y en la participación a los usuarios.***

*En los sitios que he observado con el tema de turismo económico, donde se muestran lugares y se dan recomendaciones para los viajes sin gastar tanto dinero, la mayoría es en blogs tradicionales, los lenguajes multimedia son aislados uno del otro y utilizan mucho texto. En la mayoría de los sitios las fotos que usan son decorativas y no brindan ninguna información.*

*Con este proyecto se tendrá integración en los lenguajes multimedia, que le permitan al usuario entender la información de manera sencilla y precisa. Dando a conocer las regiones Colombianas para animar a las personas a salir de la rutina y embarcarse en una aventura.*

**4. Definir objetivos para el proyecto:**

*-Construir un sitio web para mostrar diferentes opciones de turismo económico en las regiones de Colombia.*

**5. Definir el público primario (objetivo) y secundario:**

*Este sitio web va dirigido a las personas que les guste viajar y conocer las diferentes regiones de Colombia, en el cual se da a conocer lugares de interés, gastronomía, hospedaje y rutas de acceso, todo esto a un precio asequible al turista. Sera de utilidad para los usuarios que les guste hacer consultas en internet e informarse del lugar que quieren visitar, usar redes sociales y compras en línea, etc.*

Enviar el taller realizado al correo:  
natividad.rios@medellin.edu.co