 **Institución Educativa Centro Formativo de Antioquia – CEFA
Producción de Multimedia –Guía 2: Etapas de producción en un proyecto multimedia
Profesor: Fabián Alonso Hernández Gallego**

En esta guía se documenta las etapas del diseño en un producto multimedia, ya sea un CD interactivo o un proyecto web, para ser más ordenados a la hora de realizarlo y tener control de las responsabilidades, recursos y actividades. Las etapas del diseño de un proyecto multimedia son tres: Diseño de información, interfaz e interactividad

1. Diseño de información:

El propósito de esta etapa es convertir la información recolectada con el usuario y que generalmente está expresado en ideas lineales a hipertexto, es decir que se le da formato multimedia a la información. Esta se divide en dos sub-etapas:

* **Análisis:** donde se desarma, disgrega, la información obtenida
* **Síntesis:** aquí se vuelve a unir la información con una estructura hipertextual, con un concepto de eje temático, es decir, se organiza en grupos jerárquicos, y se va de lo mas general, a lo particular. Aquí surge el árbol de navegación:


Imagen de un árbol de navegación con sus ejes temáticos

2. Diseño de la interfaz:

Aquí se trata y se definen las convenciones gráficas que va a tener el producto, se definen los componentes, la distribución de los elementos, y se realiza los pantallazos.

**Elementos de pantalla:**

**a. Contenido:** es la sustancia del producto: (imágenes, sonido, texto, video, animaciones), tiene que ser de primera lectura, fácil de encontrar y apropiar.

**b. Herramientas de navegación:** son los mecanismos para desplazarse por el hipertexto, se realiza el diseño del funcionamiento.

**b.1. Barra de navegación:** se agrupan los botones con funcionamiento similar
Primaria: son las más visibles, fácil de encontrar (acceso a ejes temáticos).

Secundaria: controlan el contenido de la pantalla (play, stop, zoom de imágenes, etc).
Terciaria: son accesorias al funcionamiento del multimedia (descargar flash player, mail to).

**b.2. Metáforas de navegación:** a través de una metáfora, la navegación es más simple e intuitiva, ejemplo: si tienes que hacer una web de un museo, haces el museo propiamente dicho, que se pueda navegar por las galerías, y ver sus cuadros y esculturas, será mejor que tener una botonera que diga: pintura, escultura, etc.

**Existen metáforas de lugar, actividades y objetos**.

En ciertos contenidos la metáfora no sirve, ejemplo: una página para hacer trámites del gobierno.

**c. Distractores:**dotan de vitalidad a la pantalla, no son adornos, ni indispensables para el contenido y navegación, pero si llamar la atención, ejemplos: recreación de un logotipo, mascota o personaje, precargas, banners (también es una herramienta de navegación).

Distractores sonoros: audio y efectos, dan resignificación al contenido (y es por eso que hay que pensar si es bueno o no colocar sonidos a los botones), no hay que tomarlos como adornos y en exceso se vuelven molestos.

Antes de seguir con el diseño de interactividad, voy a dar una breve reseña de qué es interactividad: es un ida y vuelta entre el producto y el usuario, capacidad de modificar el producto. Es necesario un equilibrio entre el reto que da el producto, y las competencias (habilidad, aprendizaje y experiencia, etc.) del usuario.
Todos los interactivos no tienen la misma interactividad, y es por esto que existe una **escala cualitativa de interactividad:**

**1. Control de velocidad:** controla velocidad de cambio de pantalla, lineal, atrás – delante (Presentación de diapositivas).
**2. Control de secuencia:** posible controlar ejes temáticos, ir a donde uno quiera.
**3. Control de medios:** permite cierta operatoria sobre los contenidos (agrandar o achicar texto, YouTube).
**4. Control de variables:** se dan las herramientas para personalización de un producto, es posible alterar contenidos (fotolog, deviantart, my space).
**5. Control de transacción:** alta complejidad, análogo a transacciones del mundo físico (mercado libre, tramites de gobierno).
**6. Control de objetos:** posibilidad de afectar objetos dentro del producto, alterar contenido(videojuegos).
**7. Control de simulación:** engloba fenómenos de simuladores, realidad virtual
(nintendo wii).

3. Diseño de interactividad:

Implica en primer lugar relevar las competencias que tiene que tener el usuario,
realizar un listado de competencias, encuadrar producto en la escala cualitativa de interactividad.
Hacer un perfil del usuario típico, se apunta a tres perfiles:

**Demográfico:** datos estadísticos básicos de un grupo determinado

* edad
* sexo
* lugar en que habita
* nivel de estudio
* ingreso promedio
* etc.

**Psicográfico:** éste es más difícil de determinar, tiene que ver con

* ideologías
* estereotipos y prejuicios
* mitos

**Condiciones de uso:** quien lo va a usar y como (necesidad de uso condiciona el diseño), saber si es de uso público o privado:

Público: fácil y rápido
Privado: confiable

**Tiempos de contacto**, tiempo máximo que el usuario destina a la exploración, estimar el tiempo para ver la profundidad del árbol de navegación, ejemplo: un producto para una escuela debe ser explorable en su totalidad en cuarenta minutos mas o menos, que es el tiempo que puede durar una clase o cursado de una materia.
Funcionalidad técnica, posibilidades del usuario para utilizar un producto, ejemplo: peso de páginas, hacer productos en CD y no en DVD, ya que no todos tienen lectoras de DVD, compatibilidad multiplataforma.

Webgrafía y Videos sobre el tema.

<http://andersonpineda.blogspot.com/>. Etapas de producción en un proyecto multimedia **Por Carlos Ruminott**.

<https://www.youtube.com/watch?v=PlfWD2Ws1Yc>. Qué es Multimedia. **Por Jesús Camacho**

<https://www.youtube.com/watch?v=NTn7n4kDsUE>. Tipologías Multimedia. **Por Natalia Acevedo**

<https://www.youtube.com/watch?v=LBQlRtLr8Iw>. Ejemplos de proyectos Multimedia. **Por PeruDesginner.**

<https://www.youtube.com/watch?v=dGCJ46vyR9o#t=25>. A vision of students today

<https://www.youtube.com/watch?v=W_D0SqpZhhQ#t=141>. A visión of students today (subtitulada)

<https://www.youtube.com/watch?v=khdkRvcDgGI>. Una visión de competitividad del futuro de Microsoft.