

El sistema MIA [multimedia e interactivo] para la comunicación impresa

De lector-lector
a lector-usuario

Nueva metodología de autor que dota a los contenidos impresos de interactividad, fuerza audiovisual, y capacidad digital; los tres elementos básicos de la comunicación avanzada

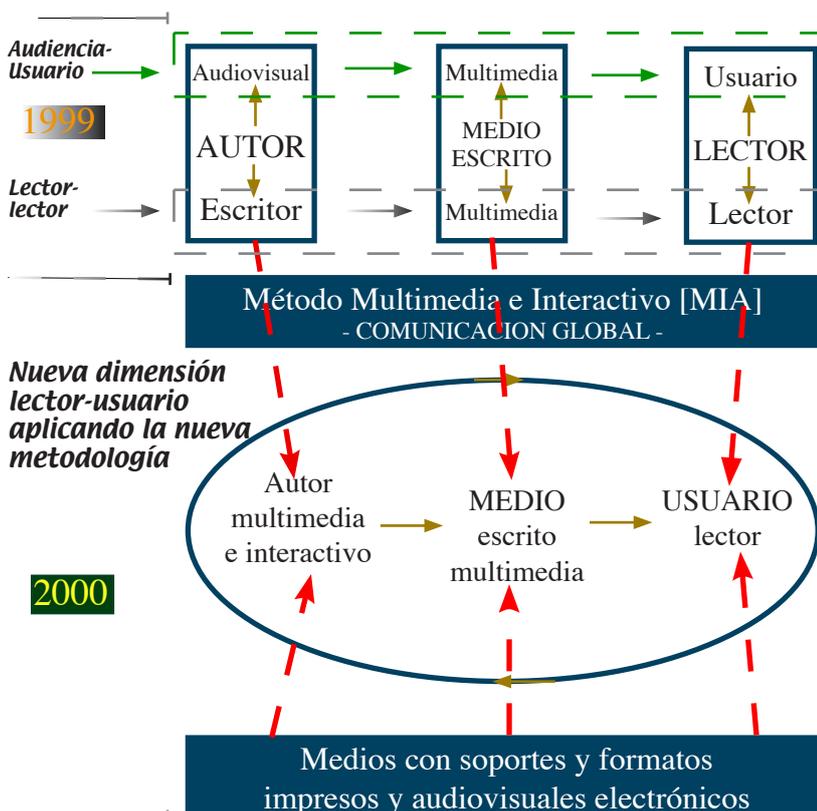
RESUMEN DE LA OBRA DE PRÓXIMA PUBLICACIÓN SOBRE EL NUEVO METODO CREADO Y DESARROLLADO POR ANTXON SARASQUETA

“ El método Multimedia e Interactiva (MIA) utilizado por el autor hace que la comunicación global sea una realidad práctica, y que como veremos a lo largo de estas páginas trasciende a sus aspectos técnicos. Contribuye a un mayor rigor, calidad y fiabilidad de los contenidos de información, favorece los procesos analíticos de la información, puede hacer más atractivo el trabajo, supone un mayor ejercicio de nuestro intelecto, nos permite disponer de más y mejor información en menos tiempo, y/o posibilita una visualización más clara y aguda de los datos y situaciones que se exponen.

Leer y ver son dos capacidades del ser humano que se ven potenciadas por la de actuar sobre lo que ven y leen. El autor y los medios tienen que hacer un esfuerzo para ofrecer sus contenidos de tal manera que el espectador y el lector actúen como usuarios. No permanecer limitados a una condición de audiencia “pasiva”. Pudiendo “usar” los contenidos de las páginas impresas para a través de ellos extender sus conocimientos, ideas, y relaciones en un proceso global de comunicación mediante los nuevos recursos electrónicos.

Como veremos durante este trabajo no solo se trata de una cuestión técnica, aunque el componente tecnológico y de nuevas “herramientas” juega un papel necesario para desarrollar nuestra metodología. Sin embargo son otros aspectos los que determinan la relación de las audiencias con los autores y los medios de comunicación escritos. Como por ejemplo el tiempo, la velocidad, los espacios, la calidad de los contenidos, su presentación y ritmo visual. Los lectores de hoy están dominados por una cultura audiovisual y una dimensión digital, y está cambiando su vida, hábitos y exigencia. Los medios escritos y sus autores a la hora de ofrecer sus contenidos tienen que contar con esa realidad, no para ofrecer “otro” producto o renunciar al valor de los contenidos en beneficio, por ejemplo, de la estética, sino para potenciar -en calidad e interés- el conjunto de esos contenidos. ”

ESTRUCTURA DEL PROCESO DE COMUNICACION ESCRITA TRADICIONAL Y CAMBIO HACIA UNA METODOLOGIA MULTIMEDIA E INTERACTIVA CON PROGRAMAS Y SOPORTES ELECTRÓNICOS



[INFO]
15 / 3 / 2000

