

## Conclusiones

Debate de las Aplicaciones Multimedia

Alfredo Huguett Albino  
ahuguett@uoc.es

**1. Aplicaciones multimedia: estado actual / abusos**

[TV interactiva](#)  
[Móviles y multimedia](#)  
[Marketing y publicidad](#)  
[Portales Web](#)

**2. Opinión personal sobre los usos. [Ver](#)**

**3. puntos fuertes y los puntos débiles de los cuatro campos.**

[TV interactiva](#)  
[Móviles y multimedia](#)  
[Marketing y publicidad](#)  
[Portales Web](#)

**4. Futuro de las aplicaciones multimedia**

[TV interactiva](#)  
[Móviles y multimedia](#)  
[Marketing y publicidad](#)  
[Portales Web](#)

1. Identificar el estado actual de los usos y abusos de las aplicaciones multimedia.

Aplicación multimedia	Estado actual de los usos	Abusos
<p><b>TV Interactiva</b></p>	<p>Poca interactividad (Casi nada).</p> <p>Contenidos y programación tradicionales.</p> <p>Algunas compañías ofrecen interactividad (Apple) video consolas (Europa y USA)</p> <p>Apple TV y Wii, integran de medios y parece ser la tendencia, así como la selección de contenidos.</p> <p>TV estatal y privada.</p> <p>“Como televidentes, acabamos programas que no queremos ver, en horarios en que no queremos verlos (so pena de perdernos el programa”.</p> <p>Esta por arrancar, especialmente en Latinoamérica.</p>	<p>* Estudiar los hábitos de consumo televisivos de cualquier usuario.</p> <p>* Decodificadores vendidos de TDT no están preparados para interactividad.</p> <p>*La publicidad en la televisión resulta bastante pesada.</p> <p>* “bombardeados por publicidad que añade un 33% de tiempo a la visualización del programa”.</p> <p>*Hay veces que cortan escenas de películas incontables.</p> <p>*Nada ético que nos espíen encubierto claro por los famosos estudios de mercado.</p> <p>* pagar por algo que siempre ha sido gratis.</p> <p>* Comportamiento agresivo y la violencia televisada.</p>

Aplicación multimedia	Estado actual de los usos	Abusos
<p><b>Móviles y multimedia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Desarrollo de dispositivos: Webs para ser navegadas por móviles y programación de aplicaciones.</li> <li>* Cuentan con protocolos de comunicación, para conectar a Internet.</li> <li>* Portales de servicios para ser navegados por móviles.</li> <li>*Juegos pueden ser descargados fácilmente (distribuciones virales).</li> <li>*Minijuegos: servicios de localización.</li> <li>*Aplicaciones a personas con minusvalía.</li> <li>*Capacidades multimedia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Usabilidad. Cada fabricante utiliza una forma específica de su aparato.</li> <li>* Publicidad indiscriminada, Tarifas caras.</li> <li>*Retrasos para efectuar la portabilidad cuando el usuario solicita el cambio de compañía manteniendo su número de teléfono.</li> <li>* Penalizaciones económicas por darse de baja antes de transcurrir un año.</li> <li>* Problemas relacionados con la cobertura.</li> <li>* Información errónea sobre las tarifas y otras características de los servicios.</li> <li>* Retrasos en la entrega del teléfono móvil o en la activación de los servicios solicitados.</li> <li>*Facturación de llamadas no realizadas o de conexiones a Internet a través del móvil no efectuadas por el usuario.</li> <li>* Contratación de servicios que no se ajustan a lo prometido en su publicidad.</li> </ul>

Aplicación multimedia	Estado actual de los usos	Abusos
-----------------------	---------------------------	--------

<p><b>Marketing y publicidad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* La publicidad en los móviles irá en la misma línea que en la Web, al menos inicialmente.</li> <li>* La publicidad queda reducida a mensajes SMS y MMS.</li> <li>* Las empresas de marketing y publicidad ofrecen el servicio de envío masivo de SMS.</li> <li>* La publicidad para estos dispositivos está limitada por el tamaño de las pantallas.</li> <li>* "publicidad" de tonos para el móvil.</li> <li>* Balizas bluetooth, hay puntos de publicidad en algunas calles de algunas ciudades .</li> <li>* Publicidad contextual, según el contenido del mensaje que estemos leyendo.</li> <li>*Marketing viral"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Recibo de sms's y propaganda sin autorización.</li> <li>* Animaciones cortas y de baja calidad.</li> <li>Recibir un mensaje no deseado.</li> <li>"¿No merecemos que exista una zona verde protegida de publicidad en el Universo?"</li> <li>Publicidad unidireccional.</li> <li>Mucha publicidad es engañosa.</li> </ul>
--------------------------------------	---	---

Aplicación multimedia	Estado actual de los usos	Abusos
<p><b>Portales Web</b></p>	<p>Blogs. Los logs (cuadernos de bitácora) ya existían,  * Los blogs han ido revolucionando la comunicación en Internet.</p> <p>* Los blogs han conseguido que Internet sea un medio más democrático a nivel de comunicación;</p> <p>* Software social (MySpace, Fotolog, Flickr etc...).</p> <p>"web social".</p> <p>* Utilización de Flash, ... escalabilidad, el dinamismo que aporta a la web, su portabilidad (cross-plaform y cross-browser), y que a nivel de diseño es casi como hacerlo sobre papel.</p> <p>* Redes como MySpace tienen mucha acogida entre el público adolescente...</p> <p>*La accesibilidad es muy importante ya que posibilita que mucha de la información y servicios de Internet estén disponibles para la mayoría de personas.</p>	<p>*Cantidad de información que se genera, y no siempre buena... Cada vez es más difícil filtrar la información,</p> <p>* La tecnología, nos aporta mucho, pero tiene cierto grado de complejidad, todavía no es suficientemente accesible.</p> <p>* "web social". otro bluff, o "hype", o palabra para que los gurús de la web sigan justificando su existencia.</p> <p>* Una gran parte de las Web fallan en la accesibilidad ya que dejan de lado la disponibilidad para discapacitados y otros colectivos menos habituados a la tecnología.</p>

	<p>* Plataformas teleenseñanza de uso libre, recurso para colgar sus contenidos académicos.</p> <p>*aplicaciones Web gratuitas que permite a los usuarios disponer, de una forma rápida y sencilla, de un blog, fórum, wiki y organizador de favoritos e imágenes.</p> <p>* Una de las aplicaciones más potentes de la Web es la formación a distancia.</p>	
--	---	--

## 2. opinión personal sobre dichos usos

Las aplicaciones multimedia en estos momentos atraviesan por un acelerado cambio por los avances de la tecnología y una marcada competencia entre los proveedores de servicios y equipos lo que ha beneficiado a usuarios finales, específicamente en lo relacionado con precios y mejores oportunidades para adquirir dispositivos que incorporen varios servicios, con el objeto de facilitar las comunicaciones, estudio, esparcimiento, recreación, como también las obligaciones laborales, bancarias y estatales, entre otras.

El software libre, la proliferación de sitios sociales en la Web, la compra y fusiónamiento de compañías dedicadas a prestar diversos servicios (muchos de ellos gratuitos), han permeado la sociedad promoviendo la propagación y consumo de contenidos e información.

El uso de toda esta tecnología ha generado unos cambios marcados en los diferentes espacios de la sociedad. (Fig.1)

Todas las facilidades que nos proporcionan el uso de estas aplicaciones, han conducido también a información de baja calidad y poco confiable, formas de vida impersonales y sedentarias, incremento de publicidad no solicitada con el único objetivo de vender o manipular; así como nuevas formas de delitos contra la privacidad.

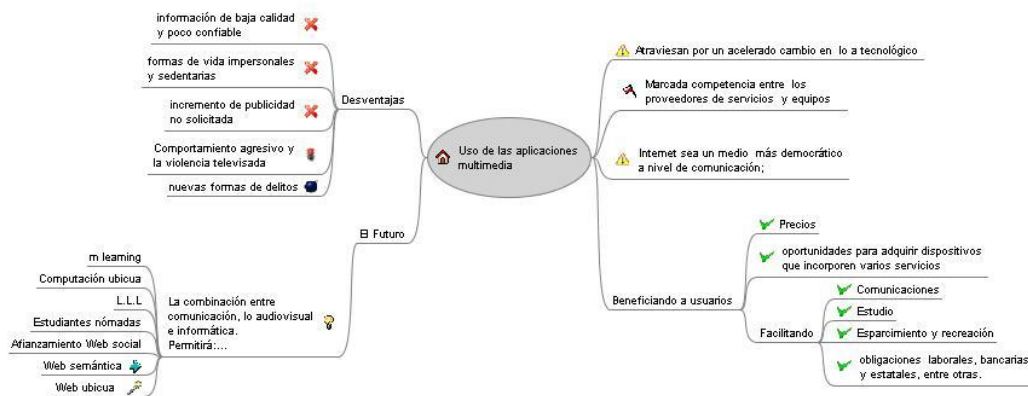


Fig.1. uso de las aplicaciones multimedia

### 3. puntos fuertes y los puntos débiles de los cuatro campos

Aplicación multimedia	Puntos fuertes	Puntos débiles
<p><b>TV interactiva</b></p>	<p>Calidad de las imágenes.</p> <p>La optimización del ancho de banda, además de posibilidades interactivas para acceder a contenidos ilimitados.</p> <p>Acceder a nuevos servicios. Mensajes publicitarios focalizados. Contenidos programados. Video bajo demanda. Publicidad interactiva. Pago por ver. Multipantalla Informes: Bolsa, tráfico. Servicios: Mensajes a móviles, banca activa.</p>	<p>Las grandes inversiones necesarias para desarrollar los productos y sistemas.</p> <p>Falta de estándares para muchos de los áreas de posibles integraciones.</p> <p>Importantes inversiones en servidores.</p> <p>Número relativamente reducido de clientes.</p> <p>El soporte técnico, las garantías, etc. que hay que soportar de cara al punto de venta.</p> <p>La falta de estándar obliga al conocimiento de muchas tecnologías y sistemas.</p> <p>El equipamiento fácilmente se hace obsoleto</p>

Aplicación multimedia	Puntos fuertes	Puntos débiles
-----------------------	----------------	----------------

<p><b>Móviles y multimedia</b></p>	<p>Específicamente mejoras en el hardware: captura de video, mp3, baterías de más duración, mejor recepción de señal, bluetooth, puerto para USB. Mejores precios por servicio y equipos. Navegación en Internet</p> <p>Ahora, aparte de funcionar como teléfono, se le han incorporado juegos, mensajes de texto, correo electrónico, cámaras de foto y video, linternas, reproductores de audio portátil, navegadores de páginas web, teclados completos, redes inalámbricas de corto y largo alcance (Bluetooth y WiFi), lectores de documentos, pantallas sensibles al tacto grandes y de alta resolución, y en algunos casos sistemas operativos muy avanzados con soporte para miles de aplicaciones extras. Entre muchas otras cosas.</p>	<p>Ninguna compañía ha logrado crear un objeto que conjugue todas esas funciones en un objeto simple y fácil de usar.</p> <p>Calidad de la comunicación.</p> <p>Conexión a Internet. (Costosa)</p>
------------------------------------	--	--

Aplicación multimedia	Puntos fuertes	Puntos débiles
-----------------------	----------------	----------------

<p><b>Marketing y publicidad</b></p>	<p>La publicidad evolucionará para integrarse en los dispositivos móviles, dependerá de las nuevas generaciones de aparatos. Los formatos tradicionales no son válidos y han de sufrir una adaptación al medio debido a la limitación que supone la pantalla, el audio, el uso en movimiento...</p> <p>Publicidad a través de SMS.</p> <p>La publicidad contextual podría ser de gran ayuda dependiendo del contexto</p> <p>El teléfono celular es un dispositivo que esta encendido más que cualquier otro medio masivo tradicional y es, sin lugar a dudas, el más personal, es "ideal" para alcanzar a una audiencia perfectamente segmentada en el tiempo y espacio correcto.</p>	<p>La publicidad como spam.</p> <p>Direccionar publicidad completamente personalizada, pero cuanto mas personalizada sea mas invasiva puede resultar, a quien la recibe</p> <p>"Si los usuarios de teléfonos móviles se sienten invadidos de alguna forma, se corre el riesgo de matar el medio y perder mucho dinero"</p>
--------------------------------------	---	--

Aplicación multimedia	Puntos fuertes	Puntos débiles
-----------------------	----------------	----------------

Portales Web	<p>Democratización de contenidos.</p> <p>La Web social, con la oportunidad de compartir información en wikis, weblogs, mensajes instantáneos, conferenci, rss, redes sociales, juegos.</p> <p>Afianzamiento del e-learning.</p> <p>Incremento de desarrollo de software de uso libre.</p> <p>El afianzamiento de herramientas como flash</p>	<p>Phishing</p> <p>Proliferación de pornografía.</p> <p>Accesibilidad baja para personas con discapacidad.</p> <p>Hostigamiento, la pedofilia, el acoso y el robo de identidades.</p> <p>Los niños y adolescentes son las principales víctimas de estas situaciones, por la facilidad y libertad que se tiene actualmente de tener acceso a la red y sus herramientas.</p>
--------------	--	--

4. A partir de ahí, a adivinar por dónde pueden ir los tiros en un futuro cercano.

Aplicación	Futuro
<b>TV interactiva</b>	<p>Inicialmente, involucrar a los usuarios en el uso de esta tecnologías. Se esta ensayando bastante y la gente puede estar con muchas expectativas.</p> <p>Se puede apuntar a equipos más económicos. Los contenidos: juegos, concursos, entretenimiento, la capacidad de navegar.</p> <p>Contenidos programados, video bajo demanda, Publicidad interactiva. Pago por ver. Multipantalla</p> <p>Informes: Bolsa, tráfico automotor. Servicios: Mensajes a móviles, banca activa, son servicios que van a establecerse en la medida que mejoren los equipos, planes de pago y que el usuario final se adapte a este futuro.</p> <p>El futuro se escribe al ritmo que marca la palabra integración, es algo que ya tenemos claro. Integración, no sólo de soportes, sino también de disciplinas profesionales.</p>

Aplicación	Futuro
<b>Móviles y multimedia</b>	<p>Innovación. Hardware, más capacidad de proceso. Mayor calidad de contenidos. Juegos con mejores gráficos, y sonido; aplicaciones complejas. Mejores posibilidades de comunicación entre dispositivos: Bluetooth alta velocidad, Wi Fi, voz ip, Desarrollo de pantallas interactivas, interfaces. Convergencia. Dispositivo que permita realizar varias funciones que actualmente realizamos. Aparatos con pequeñas dimensiones de pantalla grande Origami. “dispositivo portátil, que nos sirva para llevar la vida digital que se plantea en el futuro, con un centro multimedia y de acceso a la información” Aplicaciones con componente social, aplicaciones especializadas en gestión y reproducción de archivos multimedia.</p> <p>m-learning</p>

Aplicación	Futuro
<p><b>Marketing y publicidad</b></p>	<p>La publicidad evolucionará para integrarse en los dispositivos móviles, dependerá de las nuevas generaciones de aparatos.</p> <p>Creo que hacia dónde puede evolucionar la publicidad en móviles será a que el usuario recibirá publicidad personalizada. Tipo de publicidad segmentada.</p> <p>La publicidad en Flash vía móvil tiene muchas salidas y es ideal; Me parece que podrían ser banners publicitarios para móviles.</p> <p>HTML sería la solución para generar anuncios que sean accesibles a muchos más usuarios.</p> <p>Flash podría hacer lo mismo con anuncios en un celular, facilitando la interactividad con el usuario.</p> <p>Publicidad en videojuegos.</p> <p>El SVG está muy bien pero aún le falta un tiempo de maduración. (No integra sonido, No todos los navegadores lo integran, Tampoco existen herramientas potentes que nos faciliten mucho su creación.)</p> <p>Publicidad encubierta basada en el boca a boca a través de Internet. Es parecido al boca a boca a través de SMS.</p> <p>Proyectos basados en Second Life, (se puede presuponer que el público objetivo, en su mayoría, son jóvenes urbanos, con un nivel de ingresos medio-alto, con educación universitaria, consumidores casi compulsivos de tecnología)</p>

Aplicación	Futuro
<p><b>Portales Web</b></p>	<p>Futuro combinando el diseño gráfico, la ilustración y la creación de páginas Web.</p> <p>Me interesa la gestión de proyectos, la usabilidad y con la accesibilidad sobre todo llevada al campo de las personas con discapacidad</p> <p>Tecnología, que permita embeber la Web en el escritorio...( Apollo).</p> <p>Second Life y el futuro del e-learning.</p> <p>Apolo me parece sorprendente. Creo que son aplicaciones de futuro, y de un futuro a corto plazo.</p> <p>Videoconferencia móvil en procesos e-learning.</p> <p>Plataforma virtuales -Nueva interfaz, más dinámica, menos textual, más amena.</p> <p>-Mejores recursos para el aprendizaje: además de los materiales escritos, algún tipo de recurso audiovisual o presentaciones interactivas para tratar ciertos temas.</p> <p>Estudiantes nómadas</p> <p>Web semántica La Web ubicua.</p>