



Mi Universidad
SEGUNDA ACTIVIDAD

Nombre del Alumno: Fernando José López Zamorano

Nombre de la actividad: Mapa conceptual de la unidad IV

Parcial: 01

Nombre de la Materia: Tecnología de los medios de comunicación

Nombre de la profesora: Juan José Ojeda Trujillo

Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico

Cuatrimestre: Sexto

Desarrollo de la actividad:

Elaborar un mapa conceptual con el contenido de la unidad IV.

En un mundo online de desinformación, la confianza es un arma poderosa para retener a las audiencias y a los anunciantes y para mantenerse al margen del ruido.

Los pasos clave para crear y mantener la confianza incluyen:
1. Construir una cultura de integridad, cumplimiento y ética.
2. Fortalecimiento de la ciberseguridad.
3. Monitoreo de los medios sociales.
4. Reacción de un plan de gestión de crisis.

Comunicación genuina

1

La condición clave del mensaje eficaz es su credibilidad. Un mensaje no creído es un mensaje fracasado. Y la credibilidad es el instrumento clave de la persuasión: para convencerte debes hacerte sentir que lo que me dices es cierto. Tal es, precisamente, la misión de la retórica: el arte de persuadir.

El diseñador debe lograr que la forma del mensaje, que será inevitablemente arbitraria, parezca natural y creíble.

Credibilidad visual

2

Se refiere a una estrategia de comunicación integral que considera todas las interacciones y canales de comunicación de una organización con sus públicos, tanto internos como externos. Esta filosofía busca unificar el mensaje y la experiencia de la marca en todos los puntos de contacto.

Busca la integración de forma armónica y coherente de todos los elementos que hacen posible la eficiencia y eficacia del esfuerzo comunicativo.

Comunicación 360°

3

Determina la identidad gráfica/física/operativa de un producto o servicio, en conjunto con elementos gráficos visuales propios que diferencian el artículo de sus competidores, proporcionándole.

Un reconocimiento en el sector comercial; son todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para distinguir un producto.

Elementos distintivos

4

La comunicación empresarial es un círculo de acciones que tienen como pilar, la imagen de la empresa y sus marcas, y debe definir un claro lenguaje acorde al público objetivo al que se dirige.

Cada elemento visual, textual, auditivo, cada medio a través del cual emitimos un mensaje causará un impacto negativo o positivo según su conceptualización.

Coherencia de comunicación

5



TENDENCIAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

6 Audio Visual Corto

Las novedades recientes en las principales plataformas sociales están protagonizadas por iniciativas, formatos de anuncio o funcionalidades que aprovechan al máximo el poder de lo audiovisual.

Es muy efectivo para crear un vínculo más duradero con la marca y contribuir a la mejora de las ventas online.

7 Diseños Minimalistas

Es un estilo que proporciona una experiencia visual caracterizada por diseños sencillos, con colores neutros y propuestas sobrias.

Los elementos que recargan el diseño brillan por su ausencia en este estilo, lo que contribuye a trasladar el protagonismo a los objetos que aparecen en el elemento diseñado: un logotipo, un dibujo, un diseño para estampar en prendas y otros elementos textiles, etc.

8 Inclusión en la comunicación

Los medios de comunicación cumplen un papel central en la sociedad como agentes en la formación de opinión pública.

Este poder lleva consigo la responsabilidad de comunicar para fomentar la inclusión y la no discriminación de personas con discapacidad.

9 Responsabilidad Social

Información su origen en la llamada Teoría de la Responsabilidad de los medios de comunicación de la Prensa, planteada en 1947 a raíz del Informe Hutchins/ en la Universidad de Chicago.

Se expresa un reconocimiento del papel positivo que los medios de comunicación pueden desempeñar en la solución de los problemas sociales.

10 Efectos de los medios

Los medios de comunicación social tienen un gran impacto en la opinión pública. La sociedad y la organización humana se generan en base al uso del lenguaje, al coordinar los individuos y grupos sus acciones en un medio creado por su mismo lenguaje.

Buena parte de este mundo conceptual, en la época presente, es creado y controlado por los medios de comunicación. Esto tiene consecuencias importantes.

11 Digitalización y tecnologías

La Inteligencia Artificial, junto a otras tecnologías emergentes, está avanzando cada vez más en los proyectos corporativos, situándose a la vanguardia de la innovación empresarial: influyendo en la toma de decisiones, en el gasto de las organizaciones y en la infraestructura TI de las empresas.

La tecnología y los casos de éxito evolucionan, se realizan cambios en los procesos empresariales.



Fuentes de información

Bibliografía: Antología Uds, Tecnología de los Medios de Comunicación, unidad IV pag 99-125.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Briggs, A. y Burke, P. (2002) De Gutenberg a Internet. Editorial Taurus.
- Napoli, Philip. (2010) Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences.
- Scolari, Carlos A. (2019) Media Evolution.