

En este libro vamos a narrar los fundamentos del digital signage, un nuevo medio comunicativo, que consiste en la retransmisión de contenidos a través de dispositivos reproductores de vídeo. Generalmente están situados en espacios públicos, institucionales o comerciales. Inicialmente trataremos de aclarar varias creencias que están erradas, tales como su consideración como un medio exclusivamente publicitario, que reemplazará a la cartelería impresa; o la confusión con el medio interactivo kiosks. Para posteriormente analizar todo el proceso de producción para una red profesional de este sector desde la creación del contenido hasta la emisión, pasando por la distribución de los diseños, utilizando la metodología propuesta por el environmental design graphics, ya que, esta disciplina presta atención a la importancia de los materiales, su ubicación en el espacio construido, la experiencia del usuario, el grafismo y la información. Iniciamos, descifrando las diferentes tipologías de emisión, para seguidamente analizar los reproductores, sus tecnologías y su ubicación en el espacio. A continuación, hablaremos sobre los softwares encargados de distribuir los contenidos y finalizamos con un análisis de la información que podemos transmitir en el medio y el proceso para su diseño.

Fundamentos del **Digital Signage**



C. De la Torre Rebate