

Comunicación en Tiempos Digitales. Estrategias en el Arte de la Interacción Efectiva

Mercy Esthela Guacho Tixi
Edgar Francisco Llanga Vargas
Carlos Eduardo Andrade Cuadrado



Comunicación en Tiempos Digitales. Estrategias en el Arte de la Interacción Efectiva

Mercy Esthela Guacho Tixi
Edgar Francisco Llanga Vargas
Carlos Eduardo Andrade Cuadrado

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado en la modalidad doble par ciego con fin de garantizar la calidad científica del mismo.

© Publicaciones Editorial Grupo Compás
Guayaquil - Ecuador
compasacademico@icloud.com
<https://repositorio.grupocompas.com>

Diseño de la portada es de: Ariadna Tirado Pereira



Guacho, M., Llanga, E., Andrade, C. (2024) Comunicación en Tiempos Digitales.
Estrategias en el Arte de la Interacción Efectiva. Editorial Grupo Compás

© Mercy Esthela Guacho Tixi
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Edgar Francisco Llanga Vargas
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Carlos Eduardo Andrade Cuadrado
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

ISBN: 978-9942-33-775-7

El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Prólogo

En la era digital, donde la tecnología redefine constantemente nuestras formas de comunicarnos, surge la necesidad imperante de comprender y dominar el arte de la interacción efectiva. En este vertiginoso paisaje de bits y bytes, la comunicación se erige como la piedra angular que sustenta nuestras relaciones personales, profesionales y sociales. Esta obra, publicada por Grupo Compás, sirve como umbral hacia un vasto y apasionante territorio: el estudio de las estrategias de comunicación en tiempos digitales. Un viaje que nos invita a explorar las complejidades de un mundo interconectado, donde la velocidad y la accesibilidad de la información han transformado radicalmente la manera en que nos relacionamos.

Desde la génesis de las redes sociales hasta la propagación de plataformas de mensajería instantánea, el paisaje digital se convierte en un escenario fértil para la expresión, pero también en un laberinto donde las palabras pueden perder su significado en el tumulto de la sobreinformación. Es en este contexto donde se vuelve imprescindible cultivar habilidades que nos permitan navegar con destreza por las corrientes digitales, discerniendo entre la autenticidad y la artificiosidad, entre el impacto y el ruido estático. Las estrategias de comunicación efectiva emergen como faros en medio de la neblina digital, guiándonos hacia la claridad y la conexión genuina.

Este libro es un compendio de reflexiones, herramientas y prácticas diseñadas para potenciar nuestra capacidad de comunicarnos en un mundo donde la atención es un bien preciado y la saturación informativa es la norma. Desde el arte de contar historias persuasivas hasta la ciencia de construir relaciones sólidas a través de pantallas, cada página está impregnada de un propósito común: fortalecer los lazos humanos en el entramado digital. La comunicación se ha convertido en el tejido conectivo que une nuestros mundos virtuales y reales. Desde la palma de nuestra mano hasta las pantallas que dominan nuestras vidas, las herramientas digitales han transformado radicalmente la forma en que nos relacionamos, colaboramos y nos expresamos.

Primero, la comunicación digital se presenta como un puente que acorta distancias y diluye fronteras. Desde la mensajería instantánea hasta las videoconferencias globales, la tecnología nos permite conectar con personas de todo el mundo al instante, desdibujando las barreras geográficas y culturales que antes limitaban nuestras interacciones.

Segundo, la comunicación digital se convierte en un escaparate para nuestras identidades y narrativas. A través de perfiles en redes sociales, blogs y plataformas de contenido, moldeamos y compartimos nuestra historia personal y profesional, construyendo una presencia digital que trasciende las limitaciones del espacio físico.

Tercero, la comunicación digital se manifiesta como un canal de información sin precedentes. En un mundo donde el flujo de datos es constante y abrumador, las estrategias de filtrado y gestión de la información se vuelven cruciales para separar la señal del ruido, permitiéndonos acceder a conocimientos relevantes y significativos. Finalmente, la comunicación digital se posiciona como un motor de cambio y acción. A través de campañas de sensibilización, movimientos sociales en línea y plataformas de participación ciudadana, la tecnología amplifica nuestras voces y nos capacita para impulsar transformaciones a escala local y global.

En este breve prólogo, nos adentramos en el vasto universo de la comunicación en tiempos digitales, donde las estrategias se convierten en el timón que guía nuestras interacciones. En este nuevo paradigma, la comunicación digital desempeña múltiples funciones, cada una vital para comprender y navegar en este paisaje en constante evolución, donde apenas rozamos la superficie de las múltiples funciones que la comunicación digital desempeña en nuestras vidas. A medida que nos sumergimos en las páginas que siguen, invitamos al lector a explorar más a fondo este fascinante terreno, donde las estrategias en el arte de la interacción efectiva se convierten en herramientas indispensables para navegar las corrientes digitales con destreza y propósito.

ÍNDICE

I. UNIDAD I COMUNICACIÓN DIGITAL	6
1.1. Introducción	6
1.2. Qué es la comunicación digital	7
1. Comunicación en internet	14
2. Características	23
3. 1. Usabilidad y accesibilidad	33
4. Interactividad	42
5. MSM	50
II. UNIDAD II FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	59
1. Funciones de la comunicación digital	59
2. Función del emisor en la comunicación digital	67
3. Función del receptor en la comunicación digital	77
4. El mensaje en la comunicación digital	85
5. Los canales de comunicación digital	95
5.1. Canales digitales en la educación	97
5.2. Canales digitales empresariales	99
5.3. Canales digitales en el periodismo	100
5.4. Canales digitales de entretenimiento, social y cultural .	102

III. UNIDAD III CÓDIGO, CONTEXTO Y SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL.....	105
1. El código en la comunicación digital.....	105
2. Contexto de la comunicación digital.....	115
3. Situación en la comunicación digital.....	125

I. UNIDAD I COMUNICACIÓN DIGITAL

1.1. Introducción

La forma de comunicación ha dado un cambio sustancial, comparado con las formas utilizadas y registradas en la historia, transitamos desde la comunicación en señas hasta la comunicación mediante el empleo de recursos tecnológicos, el proceso o cambio se justifica por el avance tecnológico que crece exponencialmente, brindando a los usuarios alternativas de solución para diversas necesidades, donde la comunicación es una de ellas.

Hoy gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la información transita desde y hacia cualquier parte del mundo de forma rápida y dinámica, en un contexto multinivel y multicanal, facilitando el acceso al intercambio de información de manera global y la interacción virtual, denotando una gran eficacia en la transmisión y recepción de los mensajes en todos los ámbitos y, por supuesto, en el ámbito educativo, donde los factores determinantes para el avance de la sociedad es el vínculo conformado por la comunicación y la educación. (García Ruíz, 2020)

Pero de la misma manera a marginado a la población que no puede acceder al uso de las TICs sea por falta de infraestructura tecnológica, falta de recursos económicos para la adquisición de este tipo de

herramientas o por la etapa generacional a la que pertenecen, incrementando la brecha digital y comunicacional.

1.2. Qué es la comunicación digital

Figura 1

Comunicación digital



Fuente: Elaboración propia

La comunicación digital es el intercambio continuo de información entre emisor y receptor a través de medios y herramientas digitales, permitiendo que esta acción se desarrolle de una manera más sencilla, rápida y eficaz a diferencia de los métodos tradicionales, consintiendo contar con una información actualizada en todo momento, mediante

herramientas digitales como correos electrónicos, sistemas de mensajería instantánea, redes sociales, entre otros.

Según Lasswell (1948) la comunicación consiste en: “quién, dice qué, a quién, en qué medio y con qué efecto”. En otras palabras, “quien” hace referencia al emisor como sabemos es la fuente en la comunicación en cambio “dice que” claramente se trata del mensaje en códigos que va dirigido “a quien” obviamente el receptor, este mensaje es enviado a través de herramientas digitales que respondería a la pregunta “en que medio” y “con que efecto” esto depende de cómo es interpretado el mensaje por el receptor. La comunicación digital relaciona a toda una sociedad para que interactúen a través de las herramientas digitales con el fin de que, sin considerar la distancia, el mensaje llegue., además tiene multicanales que facilita la interacción con el receptor, esto es gracias a los avances exponenciales de la informática y la internet, impulsando un formato con el que podemos comunicarnos de una forma más rápida y efectiva.

Un elemento que conforma todos los modelos de comunicación es el mensaje porque en él va la información que se quiere transmitir al receptor. Estamos en la posibilidad de elaborar un mensaje solamente mediante los signos que conocemos, y sólo podemos dar a esos signos el significado que hemos aprendido con respecto a ellos, es decir, el emisor elabora un mensaje con una serie de signos comunes, pero si el receptor no sabe el significado de los signos no podrá entender la

información transmitida. Por lo tanto, el lenguaje que se utiliza en la comunicación digital debe ser conocida por todos los actores, a pesar de que en la mayoría de aplicaciones se incluye el lenguaje no formal como símbolos conocidos como emoticonos o más popularmente conocidos como emojis o los stickers, esta modalidad de escritura se ha justificado por un supuesto ahorro de tiempo y reemplaza el significado de lo que quieren transmitir y que no se rige por reglas ortográficas.

La comunicación digital es un modelo que no tiene barreras porque puede existir una constante comunicación sin importar la distancia, puede ser entre dos o más personas es una de las ventajas de participar en la comunicación digital. La comunicación parte de un acto de interrelación, a partir de la cual se constituyen los "interlocutores" del fenómeno y el contexto de las relaciones posibles entre las diferencias perceptibles. Es decir, para comprender la comunicación, se expresa en dos esquemas básicos que consisten en la comunicación interpersonal y la comunicación masiva. La comunicación interpersonal, que se da cuando dos interlocutores interactúan verbal o no verbalmente de manera simétrica, y en la comunicación masiva, el lugar donde la comunicación fluye entre varias personas en otras palabras, una gran audiencia relacionada con varios conceptos. En la comunicación digital los dos tipos de comunicación se pueden realizar sin problema porque mediante una herramienta electrónica se puede transmitir un mensaje a una o varias personas y que de igual manera estas personas contesten

el mensaje en el momento que es recibido e interpretado, además a través de algunas de estas herramientas se puede interactuar verbalmente sin la necesidad de que las personas se encuentren en un mismo lugar y espacio lo único que necesitan es de una de las herramientas por ejemplo un teléfono que en la actualidad la mayoría por no decir toda la sociedad cuenta con uno de estos aparatos electrónicos ayudando a facilitar la comunicación entre todos.

Como sabemos una de las desventajas de la comunicación social es que puede existir una mala interpretación del concepto de mensaje por eso según (Aguado, J., 2004) “Debido a la ambigüedad se producen cambios de sentido y de significado en el concepto mismo del comunicado”. El autor dice que un mensaje enviado a una o varias personas puede interpretarse de varias formas, porque cada persona piensa diferente, aunque el receptor conozca lo que significa cada signo, pero todos pueden tener más de un significado y de esta manera se puede distorsionar el objetivo que tiene aquel mensaje. Por eso, antes de redactar el mensaje debemos organizar nuestra idea para tener concordancia, si la información del mensaje es clara y precisa para cada receptor, no tendrán inconvenientes al recibirlo y que todos interpreten lo mismo y emitir una respuesta adecuada, aplicamos nuestras habilidades de comunicación porque si no sabemos organizar nuestra idea es obvio que las personas interpretarán de mil maneras al encontrar lógica y buscar la concordancia del mensaje. Por lo tanto, la comunicación digital es un arma de doble filo por una parte facilita la

comunicación, pero si no sabemos utilizarla los mensajes reflejan lo requerido y en otros casos los mensajes poder ser bien redactados, pero con información falsa.

Debemos reconocer la habilidad de nuestro cerebro para innovar en la comunicación digital, ya que somos nosotros, como seres humanos, quienes adaptamos esta forma de comunicación para nuestro beneficio, de modo que la comunicación digital es invaluable tanto en la educación como en el empresarial, involucrando a personas de todo el mundo por su utilidad y versatilidad. Al respecto, Morin (2007) señalo lo siguiente: “Cuando hay un número increíble de interacciones, la interacción de las neuronas de un cerebro sobrepasa evidentemente toda capacidad de computación”. El autor destaca la capacidad de nuestro cerebro al compararlo favorablemente con las computadoras de última generación, este paralelismo con la comunicación digital, basado en mensajes de texto, audios y videos transmitidos por ordenadores o dispositivos móviles, nos lleva a reflexionar sobre cómo nuestro cerebro se asemeja a estos dispositivos, los humanos creamos y perfeccionamos continuamente estos equipos según nuestras necesidades y beneficios individuales y colectivos, entonces este proceso de innovación y mejora constante refleja la adaptabilidad y capacidad de aprendizaje digital.

Con base en lo expuesto, es evidente que la comunicación digital está en constante expansión, y cada vez con más participantes, este

fenómeno se consolida como una necesidad en la sociedad actual. Según Scolari (2008) afirma que “La comunicación digital ha permeado todos los ámbitos de nuestra sociedad, este proceso de creación y difusión es facilitado por las tecnologías digitales” Es decir, el autor hace énfasis en que la comunicación digital está en todas partes desde que inicia el día por ejemplo cuando nos levantamos y vemos las noticias en la televisión, porque es una de las formas más efectivas para mantenernos constantemente informados sobre lo que sucede en el mundo. La comunicación digital es efectiva, ya que su uso cotidiano por parte de los humanos demuestra su utilidad para la sociedad. Esto se debe a la amplia gama de opciones que ofrece para asegurar que los mensajes lleguen de manera eficaz, facilitando así nuestras vidas y cada vez más personas participan en la comunicación digital.

Al utilizar la comunicación digital como medio para transmitir información, es fundamental tener en cuenta los derechos de autor, en el espacio digital, la información se convierte en un recurso fundamental para el funcionamiento de la sociedad, donde su proceso y transmisión son pilares fundamentales para la productividad y el poder de las organizaciones. En la comunicación digital, es fundamental reconocer y respetar los derechos de autor, si copiamos información de otros, es imperativo citar al autor para evitar cometer plagio, en la actualidad existen diversas herramientas digitales que permiten verificar si se ha plagiado contenido y estas herramientas envían alertas por correo electrónico al autor original, brindándole la

oportunidad de revisar y tomar las medidas necesarias frente al plagio. Es importante destacar que el plagio es una práctica que ocurre con frecuencia, pero no hay excusa válida para cometerlo, aunque algunas personas pueden desconocer los derechos de autor, lo cual suele ser una minoría, la falta de educación no justifica el acto de plagiar, copiar las ideas de otros sin su consentimiento no solo es éticamente cuestionable, sino que también puede generar conflictos legales y dañar la reputación de quien lo comete. En última instancia, es esencial promover una cultura de respeto por la propiedad intelectual y poner en práctica los derechos de autor para evitar problemas y fomentar la creatividad genuina.

El tipo de personas que están más familiarizados con este tipo de comunicación por sus avances y facilidad de uso son los jóvenes, están llamados a desempeñar un papel fundamental en este ámbito, ya que suelen hallarse a la vanguardia de la utilización de las nuevas tecnologías y contribuyen a insertar la práctica de éstas en la vida diaria. El autor destaca el papel fundamental de los jóvenes en la innovación y adopción de la comunicación digital mediante el uso constante de las nuevas tecnologías, es evidente que la generación más joven tiende a utilizar la comunicación digital de manera más frecuente que las generaciones anteriores, sin embargo, la forma en que los jóvenes emplean esta comunicación puede ser tanto beneficiosa como perjudicial, dependiendo del uso que le den y de su nivel de conocimiento sobre las herramientas disponibles, los jóvenes están

altamente conectados a este modelo de comunicación y tienden a buscar utilizarlo en todas sus actividades diarias. Es esencial comprender que las herramientas de comunicación digital son variadas y tienen funciones adaptadas para una amplia gama de actividades, por lo que el beneficio de los jóvenes depende de su capacidad para comprender y utilizarlas de manera efectiva según sus necesidades individuales.

1. Comunicación en internet

Figura 2

Comunicación en Internet



Fuente: Elaboración Propia

La comunicación multidisciplinaria es fundamental dentro del margen de la comunicación, básicamente es un proceso que fusiona la comunicación típica de relación entre dos personas con innovaciones revolucionarias que aparecieron en el último siglo como en internet.

Por lo tanto, al hablar de comunicación se refiere netamente al proceso de relación entre dos o más individuos que intercambian información a través de un código y canal determinado. Según (Pérez Salazar, 2013) “Se argumentará que Internet es un medio de comunicación con posibilidades expresivas y de difusión, en buena medida, a partir de los usos sociales que se hacen del sustento hipertextual que posibilita la operación”. Es decir, al verse la comunicación tradicional afectada por su corto alcance, velocidad de envío y recepción del mensaje, se presenta un cambio de era donde el internet marca una época de comunicación digitaliza. En otras palabras, el internet es una herramienta masiva digital dirigida a la sociedad de todo el mundo. Por ende, la comunicación a través del internet se define como el proceso de comunicación llevado a un mundo digital y desarrollado entre dos o más individuos que tienen acceso a internet. La nueva era de la comunicación a través de internet ha transformado radicalmente los procesos de transmisión de datos y ha revolucionado la forma en que se difunden los mensajes, desarrollando un estilo de comunicación social sin barreras de información, fundamentado en un entorno hipertextual, almacenado y desarrollado en la web, constituye un vasto conjunto de páginas web diseñadas con el propósito específico de simplificar y agilizar la comunicación digital, ofreciendo un acceso libre y abierto a la información.

Como cualquier otra innovación el internet tiene sus propias hojas de historia, donde describe su proceso evolutivo junto desde el origen con sus creadores hasta llegar a la gran relación de comunicación a través del internet y por supuesto esto incluye también el motivo por el cual se desarrolló esta magnífica herramienta que actualmente cubre el mundo entero. Por lo tanto, según (Altamirano,2019) “Los inicios de Internet nos remontan a los años 60. En plena guerra fría, Estados Unidos crea una red exclusivamente militar, con el objetivo de que, en el hipotético caso de un ataque ruso, se pudiera tener acceso a la información militar desde cualquier punto del país.” Es evidente que internet se creó para usarse exclusivamente con fines militares. Según la historia, jamás se tuvo la intención de compartir esta innovación con el mundo. Desde su aparición de forma libre y voluntaria, internet ha crecido en número de usuarios año tras año siendo la red madre con miles de millones de usuarios, sumados de diversas formas a lo largo y ancho del mundo. Está claro, el uso de internet como cualquier otra invención del hombre tomó su tiempo en llegar a formar parte de la cotidianidad humana, la sorpresa de este evento fue que internet logró atravesar cualquier tipo de barrera en poco tiempo para llegar a cada rincón del mundo, consiguiendo así enrolándose en la gran mayoría de actividades del hombre y, por supuesto, siendo actualmente el medio de comunicación multidisciplinario de mayor difusión en el planeta.

El proceso de comunicación tal y como se conocía en el siglo pasado ha evolucionado de manera abrupta, es tal el accionar del internet que no

existe registro alguno de un cambio tan fuerte en tan poco tiempo. Pero más allá del tiempo, el tema se direcciona a los cambios que propuso y logró el internet, este invento de corto alcance en sus inicios, oculto y almacenado en los cuarteles militares que por azares del destino vio la luz cambiando al mundo y su forma de comunicación radicalmente. Expresa (Carnicer, 2019) “La comunicación ha pasado de ser unidireccional a bidireccional, y de bidireccional a omnidireccional, omnicanal y global”, en otras palabras, el desarrollo de la comunicación en internet hacia una escala global se ha dividido en varias etapas, cada una con contribuciones significativas hacia su evolución y marcando claramente el abandono de los métodos antiguos de comunicación. La primera etapa comenzó siendo unidireccional, principalmente en el ámbito militar, donde la información se enviaba desde un punto fijo hacia otro, sin la posibilidad de interactuar en tiempo real, pero con el tiempo, la comunicación evolucionó hacia un modelo bidireccional, permitiendo la interacción entre dos individuos ubicados en diferentes lugares, lo que marcó un hito importante y el inicio de una revolución tecnológica y de comunicación. Las siguientes etapas, tanto omnidireccional como omnical, simplemente complementaron este progreso hasta llegar a la etapa global, que, para el año 2000, había logrado abarcar casi un cuarto del planeta, gracias al acuerdo de creación de la WWW.

Internet es definitivamente una revolución del conocimiento humano, enfocado en su capacidad de comunicarse y transformarse siempre

que lo requiera. Por otro lado, la comunicación es definitivamente una disciplina humanística cuya importancia, se incrementa a pasos agigantados, estrechamente relacionada con el progreso tecnológico y los cambios socioculturales. La fusión de ambos reafirma un progreso tecnológico y social que, sin duda, debe usarse bajo estrictas normas de responsabilidad individual. Afirmo (Grávalos, 2013) “Para hacer un uso y explotación eficiente de Internet como herramienta de comunicación persuasiva, deben tomarse decisiones tanto a nivel estratégico como táctico”. En otras palabras, es imprescindible tomar control de la información que se recibe o emite a través de internet, generar un reglamento personal sobre el uso de esta fantástica herramienta permitirá que la relación de comunicación digital sea segura y de alta calidad. A la vez, es importante mencionar la pertinencia como un factor importante dentro del proceso comunicación tradicional y por internet, tomar en cuenta factores como el tiempo, alcance y privacidad son importantes para mantener fluidas y beneficiosas comunicaciones. Una herramienta libre, social y tan completa necesariamente debe tener un lado oscuro bajo su definición, pero será la misma sociedad que lo usa la encargada de hacer de la comunicación a través del internet sea un objeto de beneficio o destrucción. Sin duda, internet y sus potenciales abusos son inherentes a los procesos de comunicación digital, pero la responsabilidad de establecer medidas de protección, relevancia y privacidad adecuadas recae en la sociedad que adopta esta tecnología, y esta responsabilidad es una acción crucial para preservar el

significado de la comunicación a través de internet y su valioso aporte social.

Desde el nacimiento de la web indiscutiblemente, internet controló un sinnúmero de actividades, principalmente de las que comunicación posibilita la conexión con el mundo. Llevándola rápidamente a espacios en los que la comunicación tradicional nunca participó, transformando la forma en que la sociedad se comunica con el mundo, con la aparición de objetos digitales. Manifiesta (García & Martínez, 2017). En nuestros días se traduce en multitud de terminales, desde ordenadores a móviles y hasta relojes, la Red de redes ha evolucionado con gran rapidez hasta convertirse en un complejo sistema social, en el sentido más amplio del término". En otras palabras, la evolución ha brindado la posibilidad de que la comunicación a través del internet actualmente ocupé el podio en cuanto a medios de comunicación digitales. Por lo tanto, es evidente que la sociedad se ha adaptado a comunicarse a través de la web, pero es necesario considerar un nuevo proceso de adaptación por la aparición de nuevos dispositivos electrónicos que, así como internet han revolucionado el mundo poco tiempo para dar opciones más sencillas de comunicación mediante aplicaciones usadas masivamente. Por esta razón, el acto de comunicar se vuelve social, global y tecnológico permitiendo que el mensaje de un solo individuo pueda ser visualizado por millones de personas en tan solo minutos. Actualmente, la aparición de aplicaciones dirigidas específicamente a comunicar mediante videos, audios o textos son las redes con mayores

conglomerados de personas en el mundo, las mismas que han generado comunicación de masas.

El proceso de comunicación digital se denomina multidisciplinario y de masas, necesariamente medido en rangos según la cantidad de sus usuarios y el papel que cumple en la comunicación. La comunicación por internet ha abierto grandes oportunidades para sus emisores y receptores, ahora llamados usuarios, para que ocupen lugares antes solo disponibles para personas previamente seleccionadas. Según (Fenoll Tome, V., 2011) “En la última década se ha pasado de ser sujetos pasivos a usuarios activos, y de usuarios activos nos hemos convertido en generadores de contenido, opinadores, influencers y viralizadores” Está claro que, la evolución de la comunicación digital en los últimos 10 años ha sido la de mayor importancia de la historia, destacando principalmente el nuevo espacio de relaciones que ha creado la web con el único propósito de ser definida como un verdadero medio de comunicación de masas. En este punto se considera en gran medida la comunicación multidisciplinaria ya que, tanto los dueños de aplicaciones o sitios web, los creadores de contenido (influencers) y sus seguidores mantienen una relación con fines en común obtienen beneficios de acuerdo con el tipo de información que comparten, lo que posibilita el crecimiento de usuarios activos y la estabilidad de la plataforma, pues la mayoría de las aplicaciones dependen en gran medida de sus consumidores. De esta forma, las distintas plataformas digitales han llegado a ser en tan

solo 10 años un medio de comunicación en internet tan popular, destacando a este tipo de comunicación como colosal, efectiva y veloz. Cualquier información puede transformarse en un post viral (de gran propagación), mediante distintos procesos de comunicación sin importar el tipo de información presente, internet solo guía el envío que combina la transformación digital de la información y compartir con grandes cantidades de usuarios alrededor del mundo.

El consumo de información sin límites ni reglamentos forman parte de uno de los campos más investigados en el siglo XXI con el objetivo clave de regularizar la comunicación digital. Desde su fundación, la web se enfoca principalmente en la comunicación digital, almacenando cantidades inconmensurables de información y datos que crecen cada año. Es la misma información que se ha puesto a disposición de la sociedad tal y como lo formó su creador, sin clasificarse o validarse. En el mundo de hoy existe un volumen total de información impresionante, proveniente de múltiples fuentes, que resulta muy difícil de manejar, donde se mezclan información útil para el desempeño de nuestras actividades profesionales, pero también información no útil. Este concepto abre una brecha de pensamientos discrepantes que dirige la mirada a la validez de la información compartida dentro de la comunicación en internet y sus plataformas digitales. El componente principal de inconmensurable cantidad de información parte de la individualidad por la que cada creador de contenido es libre de entregar a la web información que puede ser real.

Una alerta de peligro que en los últimos años ha generado mayor controversia sobre la realidad y el verdadero significado de la comunicación en internet. Peligro, daño y amenaza son los principales adjetivos con los que se ha calificado a la comunicación digital en los últimos años que, sin duda alguna de varias formas ha logrado saturar los procesos de comunicación y comprometer las posibilidades de asimilar la información que realmente es necesaria, causada por factores de riesgo evidentes de los cuales no se ocupa internet y por lo tanto no garantiza la calidad de la información.

Sin duda, la comunicación en Internet se ha convertido en parte vital de la vida diaria de las personas, su evolución ha permitido su presencia en casi todas las actividades que requieren comunicación, a larga o corta distancia, pero surge la incógnita de hasta dónde llegará su desarrollo y cuándo se detendrá. Además, queda la pregunta de si los procesos de comunicación en Internet mejorarán aún más en relación con los seres humanos. Afirma (Sánchez, S.,2016) “La respuesta serán las redes LiFi una tecnología de transmisión de datos bidireccional más rápida que el óptico WiFi que podría revolucionar las comunicaciones móviles”. Es decir, un nuevo proceso de revolución tecnológica comunicacional nos pisa los talones, a medida que el tiempo pasa los científicos y millonarios del mundo aportan continuamente para que los procesos de cambio avancen con rapidez y firmeza. Así el deseo de mejorar la vida humana ha dado las primeras muestras de revolución con la aparición de nuevas formas de comunicación a través de internet

destacando las comunicaciones por comandos de voz o la inteligencia artificial, esta última es uno de los proyectos que le permitirá a la comunicación del siglo XXI desechar los teclados o herramientas físicas usadas para generar información digital. Por otro lado, se hace hincapié en la evolución que tendrá el internet en los procesos de comunicación en la próxima década, los pronósticos indican que los avances tecnológicos se adaptarán a una nueva era de comunicaciones completamente vocales, visuales y gestuales lo que sin lugar a duda llevará al mundo a una conectividad total, el internet viajará con uno mismo a todos lados y crecerá sin parar con el LiFi. En otras palabras, la digitalización de la comunicación global no tiene marcha atrás.

2. Características

La comunicación digital se ha convertido en un panorama 3.0 para todos los seres humanos; donde han tenido que ir acoplándose a una velocidad tan rápida como la de la luz, ya que continuamente evoluciona cada día, sin pausa alguna. Los videos, las imágenes y la hipertextualidad que incluye contenido audiovisual, han ido ganando terreno en las rutinas de la comunicación digital. Por eso, es fundamental que los profesionales que forman parte de todos los medios de comunicación controlen, mejorando e implementándolas, ya que el público va indagando constantemente de forma copiosa, participativa y elocuente en los diferentes medios digitales. Pero para poder cumplir esta disciplina, inevitablemente deben tener el conocimiento en qué principios y características se fundamenta esta,

según Retamoso(2019) “las características y principios que fundamenta la comunicación digital son: la hipertextualidad, la interactividad, la multimedialidad, la reticularidad y la digitalización”; estas se han complementado constantemente, adaptándose y evolucionando en conjunto con el avance de la comunicación digital, y sobre todo durante la pandemia, hemos sido testigos de una transición significativa en la forma en que llevamos a cabo nuestras actividades diarias, de repente, nos vimos obligados a abandonar el modelo laboral presencial en favor del teletrabajo, y la educación presencial dio paso a un entorno de aprendizaje virtual, lo que fortaleció aún más la comunicación digital. Estos cambios no solo impactaron nuestras rutinas, sino que podríamos decir que transformaron por completo la manera en que interactuamos y trabajamos. Todo esto fue una respuesta directa a la pandemia global, que dejó una marca indeleble en todos los aspectos de nuestra existencia. Las medidas de seguridad y prevención, incluido el distanciamiento social, se convirtieron en parte de nuestra nueva normalidad, a medida que avanzamos más allá de la pandemia, estas nuevas modalidades se han arraigado profundamente en nuestra realidad cotidiana, mostrando que el cambio hacia lo digital ha llegado para quedarse.

Aunque pueda parecer obvio, la principal característica de la comunicación digital es, sin duda, la digitalización, esta transformación ha llevado a una comunicación omnipresente en todo el mundo, se dice que la base de esta revolución es la sobremodernidad, un concepto que

engloba la fusión entre la modernidad y las tecnologías digitales. La digitalización se ha convertido en algo vital, tanto para usuarios como para las empresas; la digitalización de la comunicación se ha convertido en una herramienta esencial para mantener a la sociedad conectada en todo momento, desde comunicarse con familiares hasta participar en eventos en vivo con personas de todo el mundo, la digitalización ha hecho que la comunicación sea más accesible que nunca. Esta característica es invaluable para todos, ya que nos permite acceder a varios servicios en línea, desde solicitar transporte hasta pedir comida, comprar ropa o cualquier otro accesorio, la digitalización ha simplificado aspectos de nuestra vida diaria al permitirnos interactuar con empresas y servicios en línea (médicos, de belleza, fármacos, etc.) de manera rápida y conveniente, y lo mejor es que de una manera más segura, sobre todo en estos tiempos tan difíciles, ya que en la situación de la sociedad, no pueden salir a adquirir cualquier tipo de producto como antes, ahí podemos deducir que la digitalización es vital y un gran aliado para cada mundo.

Según González(2016), la digitalización y sus ventajas tienen varias desventajas, pero vienen acompañadas de las famosas desventajas; una de las desventajas más notables es la falta de preparación de algunos individuos para adaptarse a estos cambios, la resistencia al cambio es común, especialmente cuando se trata de la digitalización en entornos laborales, algunos trabajadores perciben herramientas

digitales como amenazas, sin considerar su potencial para mejorar sus funciones.

Otra desventaja es el estrés asociado con la digitalización de la comunicación. La necesidad de estar constantemente frente a una pantalla, ya sea en computadoras o dispositivos móviles, puede generar tensiones, especialmente en estudiantes que realizan la mayoría de sus tareas en formato digital. Esta situación puede llevar al agotamiento y afectar negativamente la salud mental, tanto de estudiantes como de docentes.

La hiperconectividad también es un aspecto preocupante, el exceso de tiempo frente a dispositivos electrónicos puede tener efectos adversos en la salud de las personas, afectando su bienestar físico y emocional, este fenómeno no solo afecta a estudiantes y docentes, sino también a cualquier individuo que se beneficie de la digitalización, aunque la digitalización ofrece numerosos beneficios, es importante reconocer y abordar las desventajas y desafíos asociados con estos cambios para garantizar un equilibrio adecuado entre la tecnología y el bienestar humano.

Si en los años 1990, alguien les hubiera mencionado que la comunicación daría un giro de 180° en todo el mundo, basada en la hipertextualidad, realmente nadie lo hubiera creído posible, pero

varias décadas después, esa característica se ha transformado y convertido en un elemento cada vez más utilizado por cualquier profesional que publica en internet, por consiguiente todos han sido testigos que en la comunicación digital los textos se han ido enriqueciendo con distintos recursos (características) como la hipertextualidad, pero ¿Qué es la hipertextualidad?, según (Moreira, 2018) “La hipertextualidad se refiere a esa estructura discursiva que surge cuando leemos un texto y en la que se interconectan distintas piezas textuales y/o audiovisuales a través de enlaces” ; entonces se trata de una redacción no secuencial, permitiendo que los lectores elijan un medio en el cual pueden ir relacionando información con el tema que se encuentran leyendo. El uso de la hipertextualidad se da frecuentemente en lo que es la prensa digital o de un libro que contenga citas donde remitan a otros artículos o publicaciones, estos beneficios dan la ventaja de unir aquello que estaba separado, la hipertextualidad se puede visualizar en algo tan simple como una portada cuando hayan citado un titular, este nos remite a otra página web interna en donde se amplía la investigación del tema, de hecho el grado de inclusión es un acto de madurez a cargo de la comunicación digital y está claro que seguirá evolucionando con el pasar del tiempo.

La comunicación digital no ha evolucionado únicamente por sí misma; un aspecto fundamental que ha contribuido a su desarrollo es la interactividad. Esta característica es crucial ya que facilita la conexión entre las personas y el medio digital en el que se encuentran, además,

responde a la necesidad social de interacción, tanto en situaciones internas como externas.

La interactividad comunicativa interna se refiere a las experiencias sociales y emocionales que se producen dentro del entorno digital, estas incluyen la capacidad de participar en conversaciones, compartir contenido y expresar opiniones, lo que fomenta un sentido de comunidad y pertenencia.

La interactividad comunicativa externa se refiere a la capacidad de seleccionar y filtrar la información recibida del medio digital, permite a los usuarios personalizar su experiencia, accediendo solo a contenido relevante y de su interés, lo que mejora la eficacia de la comunicación digital.

La interactividad es una característica esencial de la comunicación digital, ya que facilita la conexión entre las personas y el medio, y satisface tanto las necesidades sociales internas como externas, así lo afirma (Ventura et al., 2018) que la interactividad es “ el grado en que dos o más partes de la comunicación puede actuar entre sí, en los medios de comunicación, y en lo mensajes y grado en el que tales influencias están sincronizadas”; con esto podemos deducir que la interactividad es una cualidad muy especial que se da entre el emisor y receptor participando en los procesos comunicativos eficientes

dependiendo del dominio que tiene los participantes sobre todos los recursos tecnológicos. Cabe recalcar que no es solo una cualidad de los medios tecnológicos, sino que es también que logra explicar todo aquel comportamiento social mediatizado mediante plataformas virtuales que llegan a experimentar procesos comunicativos que van evolucionando al ritmo de la interacción recíproca entre los individuos. El concepto de interactividad ha experimentado variaciones a lo largo de los años, lo que demanda una perspectiva teórica flexible y adaptable, es importante reconocer que la interactividad es un término dinámico que está en constante evolución, y su conceptualización no puede ser considerada estática.

La naturaleza cambiante de la interactividad refleja las transformaciones en las tecnologías de la comunicación y en las prácticas sociales, con cada avance tecnológico y cambio cultural, surgen nuevas formas de interacción y participación en el entorno digital.

Desde otro punto de vista la interactividad en la comunicación digital junto con la audiencia han ido aumentando progresivamente cumpliendo con el papel de la principal fuente de información con la transformación de la sociedad como usuarios, puesto que el receptor que es pasivo puede convertirse en un usuario activo con la posibilidad de poder participar interactivamente en el proceso comunicativo, pues el usuario tiene la posibilidad de participar y convertirse en un

prosumidor; así lo menciona Grosso(2019), “alguien que produce y consume al mismo tiempo” ; es decir que tienen el potencial de la participación que llega a ofrecer a un carácter netamente interactivo de la comunicación digital, no llega a ser aprovechado por los distintos participantes de la misma manera. Se ha llegado a la conclusión que existen usuarios que nunca participan y se transforman en observadores silenciosos (lurkers), mientras que los restantes participan de una manera frecuente incluso muy frecuente, en este sentido la interactividad se puede clasificar de dos maneras dependiendo el nivel de participación de la sociedad en los medios de comunicación: como interactividad pasiva que son los usuarios que utilizan la comunicación digital solo para ser partícipes de la lectura de noticias o hechos sorprendentes que consideren los usuarios, y como la interactividad activa o conocida también como participativa pues que además de ser un usuario que solo participa de la lectura, llega a utilizar las distintas herramientas interactivas como es la herramienta de compartir información.

La reticularidad es una característica esencial en la comunicación digital, que abarca el intercambio dinámico y multidireccional de una amplia gama de información, en este contexto, la comunicación se desarrolla en un mundo inédito, donde tanto emisores como receptores participan en una red interconectada de interacciones. Esta forma de comunicación digital no solo involucra la relación directa entre un emisor y un receptor, sino que también facilita la

comunicación entre múltiples participantes, fomentando así un flujo de información rico y diverso, la reticularidad en la comunicación digital refleja la naturaleza interactiva y colaborativa de las plataformas digitales, donde se establecen conexiones y se comparten ideas entre una comunidad en línea. Por este motivo la comunicación digital llega a exigir distintas formas de comunicación en donde se va rompiendo el típico esquema paradigmático clásico sobre todo en la recepción de los medios entre individuos propuesto por Scolari,(2008); “transmisión o radiodifusión”, entonces consiste en transferir información a una multitud, llegando a dar un cambio drástico por el incremento de formas grupales e interpersonales mediante los tan utilizados correos, foros, mensajes, etc., por otro lado existen las formas posmasivas la cual consta de plataformas colaborativas, wikis, webolgs entre otros. La reticularidad cuenta con la arquitectura constitutiva en las redes, convirtiéndose en la mayor fortaleza; contando con la libertad de ediciones, filtros y todos los procedimientos de limitación en el flujo de información o para decirlo de una manera más comprensible en los procesos de socialización en el cual se desarrollan una dinámica interna en las redes de cualquier espacio virtual, teniendo acceso a la información más popular entorno a la distinta difusión de contenido dentro de cualquier espacio virtual en que se encuentren o del cual sean partícipes.

La multimedialidad es otra de las características importantes de la comunicación digital, Deuze (2004) define a la multimedialidad ” como

la presentación de una historia noticiosa en un sitio web, utilizando dos o más formatos mediáticos, tales como audios, animaciones gráficas, videos, incluyendo elementos interactivos e hipertextuales”; entonces se asume que la interactividad y la hipertextualidad son aliados de la multimedialidad como la presentación integrada por los distintos medios que vendrían hacer los sitios web, mensajes de texto , correos electrónicos, prensa digital, entre otros. La multimedialidad toma dos caminos: el primero como multiplataforma y el segundo como multimedia; el primero se refiere a la polivalencia como proceso de multiplicación en la disciplina de un medio de comunicación por las convergencias tecnológicas en todas las redacciones digitales donde se combinan formatos entre textos, sonidos y videos. Por otro lado, la multiplataforma es la coordinación que se da entre los distintos medios de una misma sociedad periodística o medio digital para la realización de la cobertura conjunta. En síntesis, estas acepciones sobre la multimedialidad constan con al menos dos lenguajes diferentes de igual contenido. La multimedialidad se ha relacionado con la convergencia retórica, donde se debe resaltar que son diferentes estilos, pero un sistema de combinación en textos complejos e importantes, porque la integración de elementos multimedia mejora es la transmisión de información por medios digitales, pues contribuyen en los contenidos más noticiosos, los hace más interesantes y atractivos para el público.

3. 1. Usabilidad y accesibilidad

Figura 3

Usabilidad y accesibilidad



Fuente: Elaboración propia

La usabilidad es un término con alta relevancia hoy en día, sobre todo para las personas que se desenvuelven en el ámbito de la comunicación digital. Su importancia radica entre varios aspectos que involucran al usuario y a un sitio web en particular, esta relación define la naturaleza de la comunicación digital contemporánea, porque se basa en la facilidad con la que el usuario puede aprovechar al máximo la información o las herramientas disponibles en un sitio web, y de tal forma adquirir nuevos conocimientos y así alcanzar un nivel de satisfacción acorde a las perspectivas que el cibernauta tenía antes de ingresar a la web, como menciona Serrano. (2009) “La usabilidad es una característica de facilidad de uso que tiene un artefacto para un usuario según ciertas condiciones determinadas” es decir, que para conocer de manera efectiva de la temática a la que nos referimos es necesario establecer una conceptualización hacia dicho termino, por lo que la

usabilidad en cuanto a la tecnología digital, constituye una característica vital en la que el usuario pueda llegar a transitar con éxito o a su vez con fracaso en la web, independientemente al programa comunicativo que tenga una eficiencia interna satisfactoria; para ello, los sistemas que componen a cada uno de los cientos de sitios web que existen en el internet, poseen un grado de significancia muy elevado, porque práctica y tecnológicamente depende de estos para lograr captar, principalmente, la atención del usuario, para que a partir de ese punto comience la relación usuario y sitio web que comprende específicamente a la usabilidad de la comunicación digital.

Actualmente, la comunicación digital ha sido un punto relevante a nivel mundial, debido a que un alto grado de personas hacen uso de esta; es decir, la comunicación hoy en día está por sobre los libros, una comunicación que con solo un “clic mecánico de un mouse” se puede llegar a obtener una gran cantidad de información, y no solo en un único sitio web, sino más bien en cientos de ellos, y cada uno caracterizado por su estructura y los sistemas que lo componen. Por ello, el centro protagonista del desarrollo de una web digital, es exclusivamente, el usuario, pues el principio de la usabilidad sustenta la facilidad, el tiempo y esfuerzo reducido que al usuario le toma averiguar el funcionamiento de un determinado software a la hora de acceder a un sitio web. Así pues, Zaharías(2017) establece que “La Organización Internacional para la Estandarización propone que: La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido,

aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso”; es decir, la usabilidad de un sitio web se centra en una forma en la que sea fácil, sencillo, eficiente y rápido de comprender para el navegante, donde lo ideal sería que demuestre cierto grado de importancia respecto a su contenido, para que permita al cibernauta tomar esa información a nivel educativo o práctico y alcanzar nuevas metas. Sin embargo, el mal uso de la web es una de las problemáticas más llamativas de forma general, puesto que la demanda del desarrollo de una web digital es enorme en todo el mundo, donde el objetivo de la usabilidad es prácticamente nulo, porque actualmente el internet es un medio más direccionado a la publicidad, al comercio online, a establecer información falsa, mas no como un medio que permita al usuario lograr superarse respecto a sus conocimientos y habilidades.

La usabilidad como tal, involucra al desarrollo de un sitio web a partir de un software que permita al usuario cumplir con sus objetivos durante su proceso de investigación y que de una u otra forma tenga una contribución con la sociedad. Así pues, existen varios aspectos que la usabilidad mide en cada uno de los sitios web que existen, puesto que, mediante la revisión de los mismos, un sitio web puede ser o no considerado apto para la comprensión y agrado de un navegante; de tal manera que, entre los aspectos a tomar en cuenta son: la facilidad del aprendizaje (manejo eficiente del usuario dentro del espacio virtual), la eficiencia de uso (rapidez de experimentación), la memorabilidad del programa, es decir qué tan fácilmente los

espectadores pueden recordar y retener la experiencia del programa, la frecuencia y severidad de los errores que el cibernauta comete a la hora de hacer uso del sistema, la satisfacción subjetiva y la relación eficiente entre el usuario y la red informática. Por ello, Molero. (2017) sugiere que en la actualidad “La usabilidad de la tecnología se da gracias a la búsqueda de eficiencia comunicacional de un medio interactivo que, ha ido surgiendo y que ha sido entendido como una búsqueda de amistosidad o la amigabilidad del sistema y del manejo óptimo de ciertos recursos entre el usuario y el medio virtual”, es decir que, la usabilidad se refiere a un atributo de calidad que se mide por la facilidad con la que los usuarios pueden interactuar con una interfaz, se trata de identificar qué elementos son necesarios y cuáles no para satisfacer las necesidades de las personas en el uso de la tecnología, además de considerar lo que es esencial para la sociedad en su conjunto. Principalmente, el concepto de usabilidad no se aplica uniformemente a todos los aspectos de la comunicación digital, más bien, es un elemento utilizable por individuos o grupos con un objetivo común, incluyendo a aquellos con discapacidades, lo que se considera de igual importancia.

Si hablamos de accesibilidad, específicamente dentro del ámbito de la comunicación digital, ésta tiene una importancia ineludible, puesto que se basa específicamente en las características de un determinado sitio web y el acceso que el mismo permite a sus usuarios, independientemente de sus capacidades físicas y tecnológicas, la

accesibilidad comprende la capacidad que un medio virtual debería tener para facilitar a cualquier tipo de navegante su ingreso, y de esa forma poder aprovechar el contenido del mismo con diversos fines específicos. La accesibilidad es la capacidad de una página web, aplicación, para facilitar a un usuario el acceso a la misma y a sus contenidos, por ello, para conocer de manera efectiva acerca de la temática a la que nos referimos, es necesario establecer una conceptualización hacia dicho termino, donde la accesibilidad digital podría considerarse al elemento o característica básica que rodea a un entorno de servicio libre y equitativo, un elemento de la comunicación que englobe la capacidad para que todo tipo de personas puedan ingresar a un sitio web de forma autónoma, cómoda, igualitaria y tecnológicamente segura, sea cual sea el medio, herramienta o dispositivo en el que lo haga, pero considerando la facilidad con la que los internautas puedan revisar los contenidos de los sitios web sin ninguna complicación, ya sea agregando métodos informáticos o softwares para mejorar la comprensión y el acceso al mismo para todo tipo de personas, incluso para personas con discapacidad.

En cuanto a la comunicación digital, se suele pensar en sitios destinados a relaciones personales y entretenimiento, pero existen otras plataformas web consideradas redes sociales, aunque sus objetivos trascienden el ámbito recreativo. La accesibilidad juega un papel crucial en estas plataformas, ya que están diseñadas para atender a una diversidad de usuarios, haciendo hincapié en ofrecer una

experiencia inclusiva especialmente dirigida a personas con discapacidad; así pues, se debe tener acceso y un uso adecuado mediante la interacción, como son las redes sociales con carácter académico y donde esta comunicación está dedicada hacia la investigación o a su vez a compartir conocimientos, sean estos con un mayor o menor énfasis. En la comunicación digital, se establece una compleja interacción entre individuos, tecnología y factores emocionales, es fundamental que los usuarios mantengan sentimientos de privacidad, seguridad y confianza en las personas con las que se comunican. El uso de la web y la evaluación de la fiabilidad, eficacia y seguridad del contenido y funcionamiento del sistema web son aspectos determinantes en este sentido.

La comunicación digital se vale de tecnologías modernas como ordenadores, teléfonos móviles, televisores y libros electrónicos, entre otros, este avance tecnológico ha generado una aceleración notable en la velocidad de la comunicación, ya que continuamente surgen nuevas formas y redes de interacción, dando lugar a una forma innovadora de comunicación en la sociedad, que abarca diversos ámbitos y estratos sociales.

Sin embargo, este cambio hacia la comunicación digital no está exento de desafíos y una de las preocupaciones es que podría crear barreras sociales, ya que no todas las personas tienen igual acceso a estas tecnologías. Esto puede resultar en la exclusión de aquellos que no

pueden acceder a la comunicación digital, lo que subraya la importancia de abordar la brecha digital y garantizar la accesibilidad para todos, como lo afirma Dubois. (2012) “La accesibilidad es una característica que beneficia a todos los ciudadanos, aunque suele ser la falta de la misma la que hace tomar conciencia de su importancia” de ahí que algunos grupos de la población, como las personas con discapacidad, sean los principales perjudicados por la falta de accesibilidad, en concreto en el medio online, sus capacidades en ocasiones limitan el paso a entablar una comunicación digital, recordemos que las tecnologías de la información y la comunicación constituye la base de la sociedad, por tal motivo la falta de accesibilidad de los productos y servicios basados en TIC, dificultan constantemente el acceso de las personas con discapacidad y otros colectivos en riesgo de exclusión, a la sociedad de la información y es aquí donde se debe trabajar para precisar las garantías suplementarias a las habituales para vivir con plenitud de derechos o para participar en igualdad de condiciones que la mayoría de ciudadanos en el acceso a bienes y servicios. El avance que ha tenido el hardware del computador, ha facilitado un mejor acceso a todas las personas indistintamente de sus facultades, el implemento tanto del mouse, teclado, pantalla táctil, e incluso los comandos de voces, han reducido las barreras de accesibilidad a la comunicación digital, mediante esta amplia plataforma que es el Internet.

Por estas razones, es evidente que nos dirigimos hacia una sociedad y una comunicación digital cada vez más arraigadas, la tecnología se utiliza cada vez más para mantenerse informado, comunicarse y facilitar la interacción social. Sin embargo, es importante destacar que este progreso solo será significativo si estos servicios están disponibles y accesibles para todos, y si se facilita el acceso y la comprensión de las nuevas tecnologías, como afirma López. (2002) estos términos tanto “la accesibilidad y usabilidad son condiciones obligatorias para garantizar y facilitar una participación en la comunicación digital hacia todas las personas sin que pueda depender de una condición física o mental”; es fundamental garantizar un acceso equitativo para todos los individuos a los servicios que la sociedad digital ofrece, asegurando su accesibilidad y usabilidad. No es un asunto de moda o vanidad, sino una necesidad para facilitar la comunicación, es vital que estas tecnologías permitan la inclusión de todas las personas, garantizando igualdad de oportunidades para individuos y empresas que buscan mantener una presencia efectiva en el mercado, además, es importante reconocer que la accesibilidad y usabilidad de la tecnología es ética, sino económica, ya que impulsa el crecimiento y la participación en una sociedad cada vez más digitalizada, apoyada en plataformas y redes sociales.

Partiendo de una conceptualización integral, se trata de buscar un objetivo común: permitir que los usuarios, independientemente de sus habilidades o discapacidades, usen el mejor software a través de las

páginas tecnológicas disponibles, desde una perspectiva tecnológica, esto implica asegurar la efectividad y eficiencia de estos elementos, para garantizar que todos, independientemente de sus capacidades, puedan beneficiarse de las herramientas digitales disponibles. Pérez. (2009) menciona que “la accesibilidad y la usabilidad mantienen una relación directa debido a que convergen en la búsqueda de la facilidad de acceso y consulta por parte de los usuarios”, es decir una comunicación digital es accesible y utilizable, ya que se ha creado con la finalidad de comunicarse con una eficacia relevante, siendo un método muy sencillo y compartir mensajes de todo tipo de forma mucho más rápida hacia usuarios con discapacidad y no, por lo tanto una comunicación digital nos permite compartir información de modo mucho más veloz y sobre todo eficaz a comparación de otro tipo de medios de comunicación que ya son considerados como tradicional, debido a esto permite al individuo obtener información actualizada y en tiempo real; es así que el objetivo sencillo es contribuir a una mayor comprensión sobre cada una de las dificultades y barreras con las que un individuo en la actualidad posee, ya sea una cierta discapacidad y como se pueden enfrentarse para su uso. Finalmente, se sabe que estos dos términos pueden estar íntimamente relacionados, porque ambas partes mejoran la satisfacción, brindan una efectividad y una esencia de los elementos para los usuarios y que desea comunicarse con quienes lo rodean.

4. Interactividad

La participación, relación y comunicación entre personas, son aspectos taxativos al considerarnos como “seres sociales”, sin embargo, nuestra capacidad para interactuar trasciende gracias a la tecnología, que ha otorgado una nueva dimensión a nuestra sociabilidad: la interactividad, que se define según (Rosero Herrera, 2016)) “una cualidad positiva que determina las funciones de adaptabilidad de los dispositivos o medios digitales con sus consumidores; se trata del grado de control que tiene el usuario al momento de realizar una tarea que requiera mediación tecnológica.” Por ello, se considera a la interactividad un control que no es lineal, que puede involucrar la participación en relaciones comunicativas determinadas entre las personas, donde se trata de interactuar en vez de conversar, votar, dialogar, colaborar, entre otros, además puede involucrar la relación entre los humanos y los aparatos o máquinas, o sea, el método por el que un usuario se comunica con el ordenador en calidad remoto o local. Así, las relaciones entre las personas se establecen con un medio tecnológico, como el teléfono, ya que ahora se ha convertido en un objeto cotidiano que casi todas manejan para comunicarse con otras personas mediada por el ordenador y sus periféricos que son la pantalla, el micrófono, los parlantes, entre otros y una cantidad de programas o aplicaciones (involucran el hardware, el software y los usuarios) que posibilitan el establecimiento de distintas formas de comunicación a través de las redes y del internet.

Por otro lado, desde un punto de vista comunicativo, la interactividad supone una retroalimentación en donde el emisor y el receptor intercambian información en conjunto con sus debidas respuestas entre todos los participantes del proceso comunicativo, esta retroalimentación se desarrolla en un entorno digital o informático, según (Navarro Robles, 2020) la interactividad en la comunicación digital es una “Peculiar relación que se establece entre un emisor y un receptor cuando se utilizan medios tecnológicos, o lo que podríamos llamar un sistema: informático, de video a otro”, las autoras reiteran que la comunicación digital involucra a dos partes en una comunicación a través de medios tecnológicos, por lo que la tecnología globalizada condesciende mantener informados, comunicados, permitiendo intercambiar conocimientos y mensajes, para lograr una comunicación óptima. La sublevación digital entendida por el avance de los dispositivos electrónicos interconectados a internet es un fenómeno que transforma las conductas sociales y comunicativos, donde los medios digitales ofrecen al público una cadena de herramientas interactivas creadas para comunicarse con los receptores, por otro lado, la comunicación interactiva, no solo se enfoca en la relación emisor-receptor y en la información, ya que la interactividad con la información no solo se da en la comunicación en red, pese a que con este factor se ha desarrollado y acrecienta la posibilidad de deferir información y facilitar la visualización de los contenidos.

En los últimos años ha ocurrido una subversión en el ámbito de la comunicación, que parte desde la transformación del modelo de desarrollo que involucra a la sociedad, llamándose como sociedad de la información, pues la tecnología ha contribuido potentemente a la manifestación de un nuevo modelo de comunicación, desarrollado esencialmente en Internet, con unas tipologías desiguales a las de los medios de comunicación de masas tradicionales tal como señala (Soler Adillon, 2017) “Los medios digitales han posibilitado el asentamiento de un escenario donde nuevas formas de comunicación son posibles.” Por ello, se evidencia que los mismos medios han cambiado tajantemente para adaptarse a distintos ritmos, y en muchas ocasiones con acierto, por lo que, en el contexto digital, se encuentran nociones como generalidad, donde el usuario se entiende como agente activo y no como receptor, pero existe un importante desarrollo de las formas de interacción entre emisor y receptor. Pero, pese al ritmo apresurado de cambio, hay ideas clave para poder establecer procesos de comunicación interactiva célebres, que son clave para entender a los medios digitales. Por ello, se debe de tener un contexto, como las redes sociales, que han pasado de ser un espacio de diálogo más conocido como segunda pantalla, a ser el escenario vital, donde se divulgan y permiten acceder a noticias, lo que sustituye el escenario propio de los medios.

En un distinto aspecto, la interactividad en la comunicación virtual, que es un análisis más allá de su perfil funcional, envuelve una visión que

asemeja el proceso comunicativo como entendimiento bilateral y comprensión social de las cosas que parte desde del discurso, pues la interactividad y su relación con la comunicación virtual es correcto pensarlo a través de teorías que consientan comprender como una relación compleja, resulta difícil encontrar una definición adecuada sobre qué es en realidad interactividad, pues los flujos comunicativos masivos se examinan desde el emisor al receptor, y así desconoce la existencia de otros elementos que intervienen en la interacción de las sucesiones complejas. La interactividad y la comunicación digital se basan en cualidades simples o fusionados que forman parte de la actualidad digital, lo que permite analizar que aún no se ha determinado una semejanza para la interactividad en los procesos comunicativos virtuales, en ciertos casos la palabra se oculta con hipertextualidad, interacción, multimedialidad, y convergencia. En este aspecto, desde el enfoque tradicional la relación entre interactividad y la comunicación virtual se analizan por separado, ya que explicaciones se refieren a la adaptación técnica que tienen las personas con los medios digitales; sin embargo, esta manera de asumir el tema desconoce el interés por explorar otros elementos que influyen en la secuencia de los mensajes mediatizados, en donde el lenguaje funcional produce una racionalización de los discursos, donde todo tiende a explicarse desde el sujeto al objeto, así como lo preciso y casual.

Así, se procederá a introducir la interactividad en los medios digitales, por eso tenemos que aumentar la interactividad con la audiencia, además de cumplir su papel tradicional como fuente de información y los medios digitales se han transformado en plataformas que impulsan la interacción social y añaden a los usuarios al proceso comunicativo. Por lo que, la interactividad de los medios digitales envuelve la evolución del público en usuario, y que el receptor no se conforme con solo tomar inactivamente la información, sino que tenga la posibilidad de ser un usuario activo, debido a que el medio de alguna u otra forma le permite participar en el proceso comunicativo. El usuario de los medios digitales ya no es sinónimo de consumidor de información, sino que también puede participar y convertirse en alguien que origina y consume al mismo tiempo. Pero esta participación que ofrece el signo interactivo de los medios digitales no la aplican todos los usuarios de la misma manera o por igual, pues se han realizado estudios sobre grupos de discusión electrónicos, donde se ha encontrado que ciertos usuarios no participan nunca y se admiten como espectadores silenciosos, mientras otros usuarios participan con frecuencia, esta situación se debe al tipo de información que maneja cada usuario, ya que lo que para unos es un tema interesante, para otros no será así.

En este sentido, los usuarios de los medios digitales pueden clasificarse en dos condiciones, según el uso que hagan de los medios y su nivel de participación como menciona (Fenoll Tome, V., 2011) “el usuario pasivo, o lector, que utiliza los medios digitales sólo para leer noticias

y el «usuario activo», o participativo, que además de consumir información participa en el medio y utiliza las herramientas interactivas puestas a disposición de la audiencia”, como resultado, tenemos que la participación de los usuarios está ligado también a la búsqueda de información de los mismos en el internet y este tiene su comienzo en las necesidades cognoscitivas de los usuarios, que utiliza estos medios para el autoaprendizaje y para determinar sus necesidades de información, sin embargo, con respecto a la socialización, los medios y las redes facilitan este aspecto a los usuarios a través de las plataformas que avivan la comunicación interpersonal, pues es el internet se ha convertido en un medio que consiente el efugio y el entretenimiento de los usuarios. Además, se encuentra una necesidad de reconocimiento que está vinculada con las necesidades del individuo para participar en la red y de esta forma establecer su identidad personal, establecer una solida confianza en ellos mismo y crear una reputación (sea buena o mala) en la comunidad de usuarios, pues autores han analizado los motivos que poseen los usuarios de Internet para presentar contenido, en donde se enmarca que la necesidad de reconocimiento es la motivación principal, pues por lo general, las personas que mantienen una interactividad a través de los medios sociales desean tener la oportunidad de ser reconocidos, dar a conocer su experiencia, aprender más del mundo, socializar con amigos y entretenerse, lo cual lo evidenciamos en nuestro día a día cuando interactuamos en estos medios.

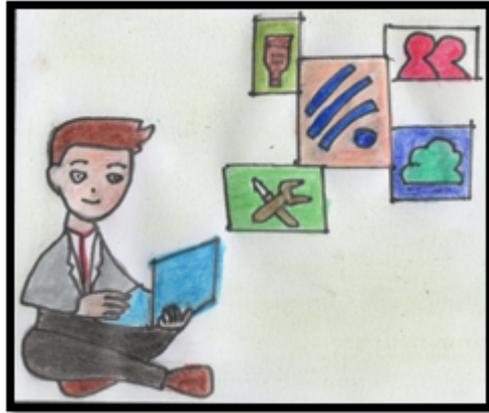
La interactividad se orienta a un enfoque más experimental, mientras que los medios digitales se centran en la participación, por lo que la interacción implica la participación de una u otra manera, esta distinción es acertada para determinar distintos tipos de dinamismos que se pueden realizar con sistemas que condescienden un usuario activo, especialmente relevante en el contenido de la web y las redes sociales, donde los contenidos generados por los usuarios son fundamentales, por eso hay que entender que la participación es ejemplificando a la creación de contenidos por parte del usuario. Sin embargo, la interactividad que se desarrolla con el único propósito de participación es mecánica y un tanto insustancial, que a su vez se muestra como una representación de interacción social, por último, se encuentra la inmersión, que como menciona (Gomes da Silva, 2019), “puede aparecer en los medios digitales de formas diversas. Pero en este caso podemos diferenciar entre su componente tecnológico y el psicológico o, en otras palabras, entre inmersión espacial y emocional.” Por ello tenemos que la primera es la inmersión establecida con sistemas diseñados para bloquear al usuario de su entorno, y darle control, así que el usuario percibe estar en un lugar simulado, mientras que el otro tipo de inmersión tiene una relación importante con la interactividad, pues permite interactuar con el entorno simulado, utilizando controles intuitivos y respuestas realistas a las acciones del usuario, aumentando la conexión emocional del usuario con la actividad simulada y mejora la sensación de estar presente en el mundo virtual.

Cabe mencionar a la interactividad en los paradigmas de la educación, los paradigmas son marcos conceptuales que dirigen la indagación, determinan el establecimiento de los marcos y las tradiciones de investigación en las ciencias, lo cual sugiere una serie de procedimientos básicos y postulados teóricos para su construcción definitiva. Por ello, hay que examinar la necesidad de adoptar un enfoque flexible y adaptable en la aplicación de los paradigmas educativos, reconociendo que cada estudiante es único y que diferentes enfoques pedagógicos pueden ser más efectivos en contextos específicos o con determinados grupos de estudiantes. En la actualidad, muchos sistemas educativos tienen cinco paradigmas que están mezclados unos con otros, pero que se han innovado ante el impulso impuesto por las tecnologías de la información y la comunicación. Aquí entra la interactividad, que consiste en la relación del sujeto que aprende con el contenido de enseñanza. La interactividad de los nuevos medios puede entenderse como la capacidad del sistema de admitir las exigencias del usuario y satisfacerlas, pero eso no es una interacción natural, sino una interacción humana mediada por máquinas predeterminadas. Efectivamente, todos estos sistemas hacen tecnológicamente posible la interacción entre los estudiantes más allá de la simple interacción con los medios, pueden relacionarse no solo en un contexto presencial, sino también virtual.

5. MSM

Figura 4

MSM de la comunicación digital



Fuente: Elaboración Propia

La comunicación digital se considera una técnica de transmisión de información mediante la que se utiliza diversos medios tecnológicos, y una combinación de procesos para gestionar la optimización en la transferencia de información con aplicativos electrónicos que difundirán los contenidos de manera eficiente a sus receptores. Según Ayala & Gonzales (2015) "Las herramientas de carácter tecnológico que se dedican a procesar, almacenar y transmitir información a través de ellas, donde la información tiene distintos formatos como texto, audio, vídeo, fotografías o imágenes", por el cual se puede considerar que en el ámbito digital con el auge de los procesadores electrónicos por medio de la utilidad de aplicaciones o programas, que por ende estos van hacer acorde con la transmisión de información que consecuentemente dentro de un ciberespacio este intercambio de

información, creación de contenidos y la activa participación de los usuarios alimentara la red y mantendrá viva la comunicación digital, ofreciéndole soluciones cómodas a las necesidades de la comunicación. Actualmente, los medios digitales se caracterizan por ser transmisores de contenidos con un enfoque multimedia mediante aplicativos que se pueden aprovechar para obtener eficiencia en la comunicación digital, lo cual se interrelaciona de forma interactiva e interconectada, ya que se afronta nuevas realidades comunicativas proporcionándonos un espacio adecuado donde se desarrollara el mensaje mediante una codificación digital enviada con señales de datos reemplazando así a la comunicación analógica, lo que permitirá un óptimo manejo de esta nueva era digital.

El crecimiento de la comunicación digital y el nacimiento de la cyber comunicación, la cual se determina como un fenómeno social de la era moderna potenciada en gran parte por el desarrollo e innovación tecnológica, propiciando un entorno para las nuevas formas y medios de comunicación que se han implantado dentro de la ideología de la sociedad. (López Golán et al., 2018) mencionan que “Las tecnologías que usamos hoy para la comunicación y la información han adquirido un papel central en el funcionamiento social y en la vida cotidiana de las personas, como no había sucedido antes”. Debido a esto se crea una imagen de definición propia a la nueva sociedad como “digital” y de esta manera a cada una de las culturas actuales que nacen de ella, estos nuevos enfoques están generando un interés creciente en la creación

de una visión que amplíe el horizonte de posibilidades para el crecimiento y la mejora de procesadores, los cuales diversifican la información para hacerla más eficiente, es importante destacar que el desarrollo de estas herramientas sostenibles, capaces de procesar millones de datos en segundos, está dando lugar a una serie de avances en materiales indispensables para la creación de entornos mejorados en diversos campos laborales, estos avances están siendo impulsados por medios comunicativos que están experimentando un notable auge en su utilización, evocando en efecto una evolución considerable en la transcripción de la información por los diversos codificadores de estas plataformas digitales.

Por el cual las herramientas de la información y la comunicación ponen en práctica las bases dando nuevas estrategias comunicativas y educativas, para establecer nuevas formas de enseñanzas y aprendizajes, todos ideales mediante el empleo de la creación avanzada de gestiones, en un mundo en el que la sociedad se vuelve más exigente y competitiva, donde no existe cabida para la improvisación y se espera el desarrollo de nuevas tecnologías que simplifiquen el procesamiento de la información, los resultados de las posibilidades creadas por la humanidad en torno a la digitalización de datos, productos, servicios y procesos, y de su transportación a través de diferentes medios, a grandes distancias y a pequeños intervalos de tiempo, de forma confiable y con relación costo-beneficio nunca antes alcanzada por el hombre, de esta forma se puede apreciar la

importancia del procesamiento de la información, su evolución y fácil acceso a través de dispositivos que permitan una interacción rápida y directa entre diferentes personas, con diferentes formatos de informaciones y distintas bases de datos que establezca una heterogeneidad entre todas las personas. Los grandes cambios que se observan hoy en día dentro de la sociedad tienen características las cuales son: la generalización del uso de las distintas herramientas tecnológicas, las distintas redes de comunicación, el rápido desenvolvimiento tecnológico y científico, así mismo como la globalización de la información la cual debe de ser de acceso rápido y de segura acción que enfocan los creadores de las tecnologías de la información y comunicación.

Por lo tanto en el sector de las tecnologías comunicativas en sus patrones se remarca por la incidencia de factores en los cuales se puede mencionar al factor político que se basara en las acciones por encuadrar un actualizado campo en las telecomunicaciones de modo se integren aspectos potenciales de interactividad digital, por consecuente el factor tecnológico dando consigo una cantidad ingente de nuevos servicios los cuales circularan por todas las redes del campo de las telecomunicaciones y el factor estratégico que está integrado principalmente por la convergencia de distintos sectores los cuales operan de forma independiente como lo son: informática, telecomunicaciones, medios de comunicación, entre otros. De esta manera lo expresa (Díaz Lazo et al., 2011) “El mantener un ritmo

adecuado de cambio respecto a los avances tecnológicos actuales y establecer mecanismos en la incorporación de las tecnología de la información y la comunicación, debe constituir un eje transversal, motivo por el cual debemos asumir los retos de la actualidad y establecer acciones de mejoramiento continuo ante la eminente necesidad de hacer frente a todos los desafíos impuestos por la sociedad”, por lo tanto se considera en la necesidad que existe dentro de la sociedad de incluir a la tecnología patrones como una herramienta de importancia para mantener una relación más directa y rápida con el medio, siendo así que a medida que evolucione los procesadores electrónico será satisfactorio para todo el medio que necesite de esta frecuencia de conectividad digital, lo que determinara esta incidencia en que se pueda obtener un hábil desenvolvimiento de la información independiente de la forma como se lo desempeña en el medio digital.

En una sociedad capaz de generar, apropiar y utilizar los conocimientos, que ayudarán a entender las necesidades del desarrollo y así contribuir al avance tecnológico en cuanto a sus preformas digitales. Por lo tanto según (Arango Forero, 2013) “El presente y complejo mundo de la comunicación digital está determinado por desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes”, de modo que convierte la creación, la tecnología y la transparencia de los conocimientos como una herramienta propia de la sociedad y la cual será utilizada para su

beneficio en el mundo actual siendo así de suma importancia lograr acceder a las tecnologías de información y comunicación para de esta forma poder participar de carácter activo digitalmente en una sociedad en la que es dependiente de la tecnología y la comunicación digital ágil, generando de tal manera que existan diversos cambios en las condiciones de los trabajos debido a la incorporación de la aplicación de sistemas informáticos que faciliten el uso de estas herramientas a la sociedad en referencia a sus necesidades tecnológicas; dándose una transformación de los modelos económicos, la creación de valores, los aspectos legales, la nueva forma de educación y un sin número de conocimientos los cuales se encontraran almacenados en grandes bases de datos integradas en un dispositivo electrónico, estas nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes, nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario crean un gran sistema estructurado hacia la sistematización de la vida.

El gran crecimiento de las tecnologías comunicativas, acorde con los diferentes aspectos en la sociedad, se ha dado rápidamente y se mantiene continuamente porque se han presentado constantes avances tecnológicos. A pesar de todos estos aspectos sumamente positivos que hacen estos procesadores tecnológicos de la comunicación digital convirtiéndose de esta manera en una herramienta de suma importancia y utilidad para cualquier centro, en el cual se puede repercutir diversas circunstancias que tiende a

dificultar su aplicación correcta, así lo menciona (Torres, 2017) “La incorporación de las TICs ha significado que para los espacios educativos estos dejen de ser una buena opción”, concierne a que en muchos países el desarrollo tecnológico sustentable no es capaz de generar o cumplir con las necesidades de las personas, generando que día a día se acentúe más la conocida brecha digital la cual se encuentra basada en aspectos de acceso a la información comprendida en los sistemas informáticos de bases de datos. La brecha digital se puede clasificar en tres tipos diferentes: la de acceso a la información, basada en la diferencia de las personas que pueden acceder a la comunicación mediante los tics, y la de uso, que corresponde a las personas que saben usar las nuevas tecnologías y las que no; y, por último, la de calidad de producto, basada en lo que puede prestar al usuario.

La comunicación digital está implicada en distintas áreas del conocimiento, pero ya desde hace algún tiempo atrás se ha venido creando un debate a nivel internacional el cual pone en tela de duda el potencial que pueden ofrecer las tics por lo que son considerados como modificadores que generan un mayor impacto en el contexto del desarrollo de la salud y el bienestar social de las distintas poblaciones pobres y marginadas, así mismo lo describe (García Garcés et al., 2014) “Esta modalidad de enseñanza ha sido tomada en múltiples instituciones por sus ventajas como material instructivo, simuladores, evaluaciones y medicina basada en evidencia”, lo cual se tiene como finalidad combatir las diferentes necesidades y poder crear un desarrollo sustentable que relacione el contexto de la salud con la

aplicación de los sistemas informáticos de comunicación y digitalización, esta área ha presentado diversos desafíos como la formación de recursos humanos que estén totalmente capacitados para lograr aplicar de manera correcta la relación de sistemas de información y el proceso de educación médica, la enseñanza donde se aplica el uso del internet ha logrado probar que tiene una gran eficacia entorno a la formación médica siendo de esta forma de enseñanza a distancia tomada por diversas instituciones a lo largo del mundo, logrando poder presentar grandes cantidades de información como un medio comunicativo didáctico, dando de esta manera un auge de crecimiento relacionado en la formación de profesionales de la salud que tengan un conocimiento amplio sobre el uso de las tecnologías que ayudaran a la mejora de tratamientos y comunicación con los pacientes.

Dentro de la investigación científica el uso de las diferentes tecnologías de la información y la comunicación tienen gran relevancia para la aplicación de contextos bibliográficos basados en la búsqueda de información en sistemas de metabuscadores los cuales contienen diversas bases de datos con millones de información que son usados como medios de enseñanzas o como medio de procesos que son necesarios para dar respuestas a muchas problemáticas, siendo también medios de información a nivel masivo y mundial donde el uso de foros de investigación o foros virtuales, conforman diferentes entidades o comunidades que pueden compartir ideas, conocimientos

y más información a través de plataformas que les permita tener una relación directa a pesar de estar en distintos lugares. En el desarrollo de la investigación la tecnología ha venido haciendo aportes importantes para resolver problemas respecto a la recolección y el análisis de la información, como consecuencia de la integración de las tecnologías de información y comunicación en la distintas actividades humanas ha surgido nuevos intereses de problemas de investigación científica, los cuales no solo se sobreponen a las disciplinas específicas de las tics, si no también, el resto de disciplinas constituidas en los diferentes campos de estudios, por ello uno de los campos de difusión del uso de las tics es el nacimiento de nuevos campos de conocimientos, pero que no dejan de lado el sistema de información digital, y en lo que en ciertos aspectos estas tecnologías se asocian a otras disciplinas que estudian otras áreas de conocimiento.

II.UNIDAD II FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Funciones de la comunicación digital

Figura 5

Funciones de la comunicación digital



Fuente: Elaboración propia

La comunicación digital es ideal para que las personas puedan intercambiar información y conocimiento, por medio de las herramientas digitales que tengan al alcance de la mano. La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles. Actualmente, la comunicación digital no solo tiene como función la comunicación interpersonal, sino más allá de eso, porque muchas empresas han adoptado esa forma de comunicación para diferentes fines, como estar en contacto con sus empleados, o como nuevas formas de negociación con clientes de la otra parte del mundo, esto permite mantener un flujo constante de información. Otro ejemplo de esta tendencia es cómo las microempresas usan Internet para

comercializar sus productos, han adoptado estrategias de venta en línea a través de plataformas de redes sociales para llegar a su público objetivo, pero, pese a los beneficios evidentes, aún existen personas y empresas reacias a estos cambios un requerimiento indispensable para las empresas son las herramientas digitales para facilitar su comunicación tanto interna, entre colaboradores, como externa, con clientes, proveedores y otros socios comerciales. Es fundamental reconocer que, a pesar de la rápida evolución digital, las formas tradicionales de comunicación no desaparecerán por completo. Como seres humanos, seguimos necesitando la interacción personal y el contacto directo con otros individuos.

La comunicación es un conjunto de herramientas y tecnología del ecosistema en el que se desarrolla, antes la comunicación digital era de forma estática, pero actualmente la tecnología ha humanizado la comunicación, en donde le da vida, interactúa con ella y evoluciona, por medio de extensiones ergonómicas universales como Smartphone, tabletas, entre otros. La comunicación conlleva la digitalización de los soportes de información, después su integración en un entorno que permita su difusión. En el terreno corporativo o institucional, se aplica mucho la comunicación digital, aunque muchas de las compañías, empresas o directivos se muestran resistentes a este proceso que hoy se llama digitalización, puede ser por indiferencia, desconocimiento sobre el tema, o porque no les hace falta cambiar, y también por desconocer cuáles son las funciones que se deben cumplir en la

comunicación sobre el entorno digital, como publicar en Redes Sociales, escribir en sitios corporativos, entre otros. Aunque la comunicación digital pueda parecer simple, es fundamental que cumpla con ciertas características clave, tales como estructurar, sistematizar y dinamizar la comunicación, lo que le permite establecer un objetivo global y estratégico que facilite la colaboración entre empresas y sus accionistas, empleados y clientes, de esta manera, se promueve la identidad corporativa y se destaca en el competitivo mercado.

La Era Digital actual es una realidad innegable que impacta a todas las esferas de la vida, y no puede ser ignorada por ninguna entidad en este mundo, esta era digital es fundamental en la estructura y funcionamiento de las organizaciones, así lo expresa (Prados Álvarez, 2017); “La Comunicación Digital está llamada a convertirse en el eje vertebral de las organizaciones”. Actualmente, los sitios web estáticos e impersonales han evolucionado para dar paso a redes tecnológicas más humanizadas, que se perciben como vibrantes y llenas de vida, estas redes digitales parecen tener una existencia propia, en constante evolución e interacción, esta dinámica surge como respuesta a una necesidad humana de establecer nuevas formas de conexión con los clientes o potenciales clientes, al interactuar de esta manera, se puede comprender mejor sus necesidades inmediatas y buscar satisfacerlas de manera más efectiva. A pesar de los beneficios evidentes que ofrecen las nuevas formas de digitalización, muchas empresas se

muestran reacias a adoptarlas, esta resistencia puede ser resultado del desconocimiento o simplemente el temor a asumir riesgos y adaptarse a los cambios, para algunas empresas, la idea de incursionar en las redes sociales o interactuar digitalmente con sus socios y clientes puede parecer descabellada, pues prefieren mantener la interacción personal, ya que valoran el contacto humano directo.

Es importante reconocer que entre las diversas funciones de la comunicación digital se encuentra la posibilidad de compartir información valiosa y que no solo fortalece la confianza en la organización, sino que también fomenta la apertura, transparencia y cercanía con los clientes y socios comerciales.

Tener una buena identidad en internet se ha convertido en una necesidad fundamental, para aquellas organizaciones que buscan visibilidad, proyección y consolidación en el mercado global. Dominar las estrategias de comunicación y marketing digital es fundamental para garantizar el éxito de empresas y proyectos en un mercado cada día más competitivo e internacional. Por esta razón, es crucial que las empresas cuenten con un equipo especializado en comunicación digital y marketing digital, pues a pesar de que estos temas puedan sonar comunes, no son fáciles de manejar, es fundamental saber cómo llegar a la audiencia objetivo. Entre las funciones de la comunicación digital se encuentra la de control, que busca mantener un análisis de mercado detallado para obtener información adecuada sobre la cual trabajar.

La comunicación digital es sistematizadora, ya que organiza, planifica, normaliza, coordina, estructura y regula el sistema en un conjunto único. La función integradora agrupa todos los elementos en un conjunto, lo que mejora la imagen de la organización, además, la motivadora se basa en incentivar al sistema, mientras que la interactiva promueve la relación entre las diferentes partes.

Por último, la función informativa y comunicativa se enfoca en asegurar que todos los miembros de la organización compartan constantemente información sobre su entorno. Esto ayuda a mejorar las relaciones y evita malentendidos.

La transmisión de un mensaje a través de un medio digital se conoce como comunicación digital, pero para que esto sea posible se necesitan métodos y herramientas para transmitir mensajes a través de un medio digital. Hay que tener muy en cuenta a los diferentes emisores y receptores de esta comunicación, y el efecto que el mensaje puede producir en ellos. Todas las empresas tienen presente la comunicación digital, ya que de ello depende el éxito y el impacto que generan en el mercado objetivo. Una función de la comunicación digital es que ha demostrado una gran eficiencia, ya que es un método mucho más sencillo donde compartir y transmitir información o mensajes, es más rápida, entonces la comunicación digital ofrece información

actualizada siempre y lugar, no es un método costoso y cuenta con recursos y herramientas disponibles para los usuarios y que están al alcance de todo el mundo, permite la interacción entre los trabajadores de una empresa y entre los diferentes miembros de un equipo.

La comunicación digital busca crear un vínculo entre la marca y los usuarios de internet, tiene como objetivo establecer una conexión o relación entre una marca (empresa, producto o servicio) y los usuarios de Internet. Esto implica utilizar diferentes canales y estrategias digitales para interactuar, informar, y comprometer a los usuarios, con el fin de fortalecer la relación entre la marca y su audiencia en línea. La comunicación digital facilita el intercambio de información a través de medios digitales, como redes sociales, blogs, videos, correos electrónicos y videollamadas. La principal característica de la comunicación digital es su inmediatez, ya que permite interactuar con cualquier persona en cualquier momento y lugar del mundo por su fácil acceso, lo que significa que la comunicación puede ocurrir en cualquier momento y lugar, además proporciona una gran cantidad de información, ya que los medios digitales tienen un flujo constante de datos, con información que se actualiza continuamente. En el ámbito empresarial, la comunicación digital permite medir resultados y tomar decisiones rápidamente, facilita la comunicación directa con los clientes, reduciendo la necesidad de movilizarse y los costos asociados, además, permite responder inmediatamente a las quejas de los clientes, aumentando la visibilidad de la marca y fortalece su

reputación. A pesar de que la comunicación digital suene muy fácil, las empresas deberán crear su propio plan para alcanzar sus metas, como hacer un análisis inicial, definir objetivos, analizar a los clientes, definir estrategias y medir los resultados, y de esta forma se encamina a lo que se quiere alcanzar.

El avance tecnológico se ha globalizado rápidamente, provocando un cambio significativo en los métodos y procesos, aunque estamos inmersos en una era totalmente tecnológica, muchas empresas se muestran reacias a adoptar nuevas formas de comunicación y se aferran a métodos tradicionales, la comunicación digital es un proceso diseñado para el largo plazo que se concibe por una confluencia diseñada entre herramientas y personas, es un proceso estratégico que se planifica y se ejecuta con una visión a largo plazo. Este proceso implica la combinación deliberada de herramientas digitales y la participación de personas en su ejecución. En otras palabras, la comunicación digital no es simplemente el uso de tecnología, sino que implica una planificación cuidadosa que integra herramientas digitales con la participación humana para lograr objetivos a largo plazo; esta es crucial en la transformación de empresas, corporaciones y sociedades, especialmente en lo que respecta a su relación, si esta comunicación funciona eficazmente, se reflejará en una mayor productividad y eficiencia en los procesos; cualquier iniciativa de transformación digital está destinada a tener más éxito si se cuenta con la participación activa de los empleados y se establecen canales de conexión permanentes.

Por lo tanto, es fundamental crear un compromiso sólido para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos. Se deberá realizar un cambio, principios concentrados en conocer la cultura corporativa, consolidar los valores de la organización y adaptarse fácilmente a los cambios, y relacionarse bien con la plataforma en la que se trabajará para que su uso sea más eficiente y eficaz, y si hay problema, se pueden solucionar rápidamente.

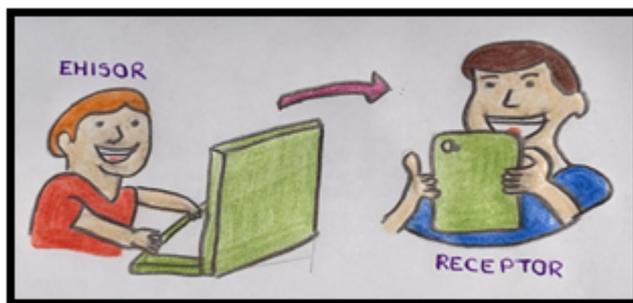
En la actualidad, los usuarios buscan mantenerse conectados en cualquier momento y desde cualquier lugar del mundo y los medios digitales se han convertido en la vía más efectiva para llegar rápidamente al público objetivo; esto justifica el creciente protagonismo de la comunicación digital en el panorama actual. La comunicación digital se ha vuelto indispensable tanto para los usuarios como para las empresas. Esta forma de comunicación es fundamental para facilitar la interacción entre las personas. Las empresas han abierto canales de comunicación para que los clientes puedan acceder fácilmente a sus productos y servicios a través de compras en línea. Como resultado, se ha observado un notable crecimiento en el volumen de ventas, lo que aumenta la visibilidad de la marca en el mercado. Esta tendencia se ha acentuado durante la pandemia global, y esta nueva forma de comercialización aún sigue presente. Muchas empresas se han visto obligadas a trasladar sus operaciones al ámbito digital debido al cierre de sus establecimientos físicos y muchas empresas siguen aprovechando los medios digitales para comercializar

sus productos, ya que les proporcionan una mayor difusión. La comunicación digital no solo facilita la relación entre la empresa y los clientes, sino también entre diferentes empresas y los miembros de la organización. El rápido avance tecnológico nos exige mantenernos activos y alineados a la vanguardia tecnológica y sobre todo al sector comercial para que puedan cubrir su mercado objetivo de manera efectiva.

2. Función del emisor en la comunicación digital

Figura 6

Emisor en la comunicación digital



Fuente: Elaboración Propia

Las funciones de la comunicación son las distintas intenciones o propósitos con las que el emisor del mensaje se dirige a su receptor, la comunicación digital abarca todos los métodos y herramientas utilizadas para transmitir mensajes a través de un medio digital, así como los diferentes emisores y receptores y el efecto que el mensaje produce en ellos. El medio influye en la recepción y percepción de un

mensaje. Es decir, que permite transmitir y compartir mensajes de manera más rápida y eficaz, en sentido más estricto el emisor genera mensajes de interés o reproduce una base de datos de la manera fiel posible en el espacio o el tiempo. El emisor es uno de los conceptos de la comunicación digital, de la teoría de la comunicación y del proceso de la información que emite o envía el mensaje a través de un canal hasta un receptor, perceptor y/u observador. Un emisor puede ser tanto un aparato, por ejemplo, una antena, o un emisor humano que es un locutor. Para que la comunicación sea efectiva el emisor y el receptor deben compartir el mismo código, en la comunicación ordinaria normalmente los papeles del emisor y receptor son intercambiables. La característica más destacable de internet es la interactividad en ningún otro medio el emisor puede establecer una comunicación tan rápida, directa y rentable con su público potencial, con un consumidor cada día más experto, exigente y selectivo que sabe buscar la información que necesita con más rapidez y eficacia.

El emisor sea primario o secundario, transmite información relacionada con un referente, una realidad externa. No obstante, no todos los acontecimientos ocurridos alcanzan el estatus de noticia, por su parte el receptor propicia la selección de un código, sea formal o informal, estándar o dialectal, lo cual posibilita distinguir entre titulares intrapersonales y aquellos que buscan establecer algún grado de cercanía con el lector, según (Dottori, 2019) afirmó “El ser humano siempre ha tenido necesidad de comunicarse lo único que ha variado

son las herramientas”. Esto significa que, una forma novedosa que ofrece la comunicación digital al usuario es utilizar herramientas que antes no tenían para expresarse, y que no se limite a la forma escrita, sino que le permite usar mensajes, videos, hipervínculos, blogs grabaciones de voz, animaciones para expresar sus pensamientos e ideas. La comunicación digital facilita la comprensión del papel de cada elemento discursivo y permite identificar el énfasis de cada enunciado. Actualmente, la comunicación ofrece posibilidades, subrayando la importancia de poseer el conocimiento y la experiencia necesarios en este ámbito. De esta manera, el mensaje puede transmitirse de manera sencilla, rápida y eficaz; a través de la comunicación digital, se transmiten mensajes e información mediante símbolos. En los últimos años, más del 80% de la comunicación ha adoptado este formato.

La función referencial o informativa es quizás la más sencilla de entender y la más frecuente en nuestra vida diaria, esta función lingüística pone en relación los distintos elementos comunicativos: contexto y el mensaje, según (Salas et al., 2021) “La comunicación referente es la función primordial del lenguaje, pues transmite información más amplia para la tecnología.”. Los textos digitales deben ser leves, concisos y con lenguaje simple y enlazados con links externos de interés, y estos dos últimos son fundamentales porque el usuario web está acostumbrado a este comportamiento, siempre quiere saber más y busca de inmediato lo que necesita. La función referencial se manifiesta cuando el mensaje del emisor se alinea con el contexto y la

realidad tal como se ha transmitido al receptor, en otras palabras, cuando lo expresado se corresponde fielmente con la situación o información presentada. Es la función más evidente y primordial a primera vista, está en todo proceso comunicativo, se da cuando el mensaje transmitido puede ser verificable y se reconoce la relación entre el mensaje y los referentes externos del mismo. Utiliza un lenguaje de significativo denotativo, prevalece los sustantivos y verbos, es la más común en textos comunicativos científicos y periodísticos, se caracterizan por aludir a lo extralingüístico, es decir a nuestro entorno o lo que nos rodea y se emplea cuando pretendemos transmitir una información sin hacer valoraciones sobre ellas y pretender reacciones en nuestro interlocutor.

La función expresiva del lenguaje tiene como objeto principal la emoción o expresión del sujeto que emite el mensaje (emisor) también lo podemos ver en los gestos de este cuando emite el mensaje, donde se centra en el destinatario y exterioriza la actitud del emisor hacia aquello que transmite, según (Valdivia, 2021). Afirmó “La función expresiva del lenguaje se emplea con el propósito de comunicar a un receptor los estados de ánimo (sentimientos, emociones) del emisor”. Es decir, que ejerce un papel preponderante en la comunicación, cuando se hace referencia al enunciado, una de las características principales de la función expresiva del lenguaje es la subjetividad. El sujeto que emite el mensaje nos expresa desde su estado de ánimo una información: está contento, está triste, está dolido. Por ello, solemos

utilizar la primera persona, aunque no es necesario. Es bueno aclarar que la expresividad no es aparte de lo representativo, sino que es una función de la comunicación que permite una proyección del sujeto de la enunciación, pero con una representatividad, podemos notar que la dimensión expresiva o emotiva se hace evidente gracias a los significados afectivos o connotativos que se construyen a partir de los significados denotativos, por eso cuando hablamos expresamos nuestro estado de ánimo, nuestras actitudes o pertenencia a un grupo social damos información de nosotros. Esta función se puede manifestar con interjecciones, ciertos recursos morfológicos como diminutivos, aumentativos y despectivos, así como también por medio de matrices fonéticos.

La función apelativa o conativa del lenguaje se centra en el receptor, tal y como indica su nombre, apelar significa “dirigirse dialécticamente a alguien” y es en este “alguien” en quien recae la fuerza del mensaje buscando motivar una reacción; en la era digital, esta función cobra una importancia significativa al comunicarse a través de publicidades, propagandas, entrevistas dirigidas a audiencias a nivel mundial, según (Morán, 2017) “Es un tipo de función del lenguaje empleada con el propósito de llamar la atención de un receptor para obtener de su parte una respuesta o inducir una reacción”. Cuando el emisor apela a un receptor, recurre a una persona esperando su capacidad de reacción o de respuesta frente a una determinada situación o cuestión, por ejemplo, cuando una persona dirige a otra una pregunta por la que

espera una respuesta, ahí se habla de función apelativa o conativa (inicio). Se utiliza distintos recursos lingüísticos para que el emisor establezca una conexión con el receptor: vocativos, imperativos, interrogaciones su finalidad, como hemos ido diciendo, es provocar una reacción en receptor. Ya que su propósito es provocar una respuesta o reacción, la función apelativa es usada exhaustivamente por los medios de comunicación masiva, especialmente en la publicidad y la propaganda. Una vez entendida su definición resulta fácil reconocer esta función, ya que es la función de mandato y pregunta, mediante el uso de esta función se pretende causar una reacción en el receptor, pretendiendo que haga algo o que deje de hacer.

La función poética del lenguaje centra su atención en la forma o estética misma del mensaje. Es la forma y la elegancia con la que el propio mensaje se emite y se presenta ante el receptor. Suele acompañarse de algunos recursos lingüísticos, literarios y, a veces, de arcaísmos o similares. La función poética busca el “decoro” en el mensaje para que atraiga la atención por sí mismo, según (Nava La Corte, 2021) “La definió como aquella que proyecta el principio de la equivalencia del eje de la selección al eje de combinación”. El objetivo de esta emisión es que el destinatario descodifique el mensaje, determinando la comunicación como relación. La función poética se utiliza preferentemente en la literatura donde el acto de comunicación está centrado en el mensaje mismo, en su disposición, en la forma

como este se transmite; entre los recursos expresivos utilizados están la rima, aliteración, entre otros. La poesía oral requería unas determinadas estructuras basadas principalmente en la repetición, con una finalidad no sólo estética sino también mnemotécnica que facilitara la comunicación; así, la tecnología de la comunicación oral se puso al servicio de la poesía, como también se puso al servicio de la oratoria. Cuando se utiliza esta función tiene que llegar a destacar sus poemas, obras de teatro canciones hasta los refranes, sin duda al utilizar esta función en comunicación digital ha sido una revolución en los últimos años no solo por las virtudes de su rapidez y cristalización si no porque aporta algo nuevo en lo que el emisor quiere transmitir y ayudar al lenguaje poético donde se ve la comunicación que cuida la belleza del mensaje, la forma de expresión y se explica la relación entre la literatura y la tecnología.

La función fática o relacional del lenguaje es aquella que pone en relación ininterrumpida al emisor y receptor. Es una función casi herramienta de comunicación que nos permite comprobar que el canal de comunicación sigue abierto y que el mensaje llega desde el emisor al receptor, según (Torrego González, 2021). Afirman “La función fática consiste en iniciar, interrumpir, continuar o finalizar la comunicación” Esto quiere decir que, la función fática del lenguaje se encarga de establecer y mantener la conexión comunicativa, mientras se dirige directamente al tema o punto central de la conversación, se emplea para verificar la apertura del canal de comunicación, un elemento

fundamental que asegura la posibilidad física de la interacción, en un mundo donde el acceso a plataformas digitales es fácil y ubicuo, esta función adquiere aún más relevancia. Aunque la función fática no añade contenido informativo relevante al mensaje en sí, sí sirve al emisor para iniciar, mantener o cerrar el canal de comunicación. Su propósito es facilitar la transmisión del mensaje deseado al garantizar una conexión fluida entre los interlocutores, permitiéndoles enfocarse en el contenido principal de la comunicación. Otra de sus funciones es verificar el circuito de la comunicación, es decir, asegurarse de que el receptor esté atento y nos esté escuchando; podemos aprender y desarrollar esta habilidad desde la infancia como una forma de relacionarnos con personas desconocidas, explorar el mundo que nos rodea y fortalecer los lazos familiares. Para comprender esta función dentro del lenguaje fático, podemos identificar formas específicas que la activan. El lenguaje fático tiene varios tipos de comunicación, destinados a establecer contacto entre el emisor y el receptor, en vez de transmitir información específica.

La función metalingüística es, una función que se utiliza para hablar del propio mensaje en sí, esta función pone su acento en el código, es decir, el lenguaje que se emplea en la propia comunicación. Es importante mencionar que hay que distinguir entre la metafunción lingüística, explícita e implícita, para comprender plenamente cómo se utiliza el lenguaje en diferentes contextos y situaciones comunicativas. La metafunción lingüística explícita se refiere a las funciones

comunicativas que son claramente expresadas y fácilmente identificables en el discurso, mientras que la metafunción lingüística implícita se refiere a las funciones comunicativas que pueden estar implícitas o sugeridas en el discurso, pero no se expresan de manera directa. Distinguir entre estas dos formas permite analizar más profundamente la intención comunicativa detrás del lenguaje utilizado, así como comprender mejor cómo se construyen y transmiten significados en la comunicación verbal. La función metalingüística en la comunicación se destaca por su capacidad para reflexionar sobre el propio lenguaje, lo que implica tanto la autocorrección como la desautomatización del proceso de decodificación. Esta desautomatización desafía los esquemas convencionales de comprensión, ofreciendo un espacio propicio para propósitos lúdicos, humorísticos y otros fines creativos. Es una herramienta especialmente valiosa en el ámbito educativo y en la creación de material didáctico, donde permite una exploración más profunda del lenguaje y fomenta una comprensión más completa y crítica de su uso y significado.

La función metalingüística proporciona definiciones de palabras o conceptos específicos dentro del contenido digital, por ejemplo, uso de glosarios, notas a pie de página o enlaces a recursos externos para explicar términos desconocidos. Otra de las funciones es brindar explicaciones adicionales sobre el significado o la interpretación de ciertos términos o expresiones utilizadas en el contenido digital, para garantizar que el mensaje sea comprendido correctamente por la

audiencia. También se hacen aclaraciones sobre el contexto o la intención detrás de ciertos mensajes o afirmaciones para evitar malentendidos mediante el uso de aclaraciones entre paréntesis, comentarios adicionales o ejemplos ilustrativos. De la misma manera se hacen referencias a otras partes del contenido digital o a recursos externos para proporcionar información adicional o contexto relevante sobre un tema específico. Sin dejar de lado el uso de emoticonos o emojis que, a pesar de no ser parte del lenguaje escrito formal, los emoticonos y emojis se utilizan en la comunicación digital para expresar emociones, tono o intención, lo que puede ayudar a clarificar el significado de un mensaje.

La función metalingüística en la comunicación digital es fundamental para garantizar la claridad y la comprensión entre los usuarios, especialmente en un entorno donde la comunicación escrita es predominante y puede haber una mayor ambigüedad o malentendidos debido a la falta de señales no verbales.

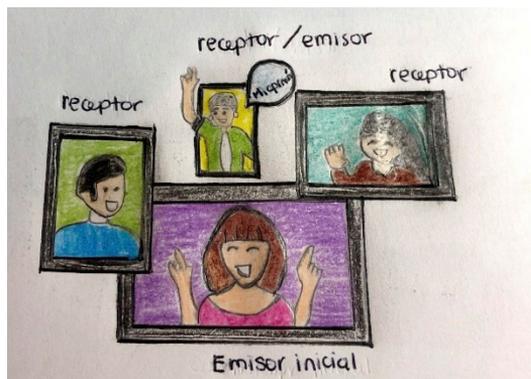
Esta función es crucial al recopilar información sobre expresiones o palabras desconocidas o confusas para los interlocutores, además, expresa preocupaciones y reflexiones sobre los elementos propios del lenguaje, lo que facilita aclarar dudas en su uso. Gracias a la función metalingüística, los usuarios pueden comprender los significados de las palabras y las funciones lingüísticas, lo que les ayuda a encontrar formas adecuadas para expresar correctamente sus mensajes. La

función metalingüística no solo promueve la comprensión mutua, sino que también mejora la calidad de la comunicación al favorecer una mayor precisión y claridad en el intercambio de información. Esta función se manifiesta con comillas para distinguir las palabras sobre las que se discute respecto al enunciado general. Un ejemplo común de aplicación de la función metalingüística se puede observar en diversos espacios generados para la interacción grupal, como el blog de un taller online enfocado en el desarrollo de estrategias conceptuales. En estos contextos, los participantes pueden analizar y reflexionar sobre el lenguaje utilizado, discutiendo el significado preciso de ciertas palabras o conceptos, y compartiendo ideas para expresarse con mayor claridad y efectividad.

3. Función del receptor en la comunicación digital

Figura 7

Intercambio de funciones entre emisor y receptor



Fuente: Elaboración propia

El receptor desempeña un papel fundamental e imprescindible dentro del proceso de comunicación, siendo uno de sus actores principales, su participación es esencial para el intercambio efectivo de información y el éxito de la comunicación en su conjunto; según menciona (Rivero, 2021) quien afirma que “El receptor es el elemento central del mensaje, pues sin él no existe comunicación, es como en el teatro sin protagonista no hay obra”. El receptor es fundamental en la comunicación, ya que es quien da significado al mensaje. Al recibir la información emitida por el emisor, interpreta, comprende y ofrece una respuesta, es donde se materializa uno de los principios esenciales de la comunicación: el intercambio de ideas entre dos o más personas.

En el ámbito de la comunicación digital, se abre la posibilidad de que, gracias a los recursos tecnológicos disponibles, como plataformas y redes sociales, tanto individuos como grupos de receptores participen simultáneamente. Esta participación puede manifestarse, por ejemplo, en forma de audiencia en diversos eventos, como conferencias o debates. Estos receptores tienen el control total de qué, cuándo y cómo ver contenidos audiovisuales que los emisores crean y pretenden transmitir, lo que provoca presión y exigencia hacia el emisor, ya que debe captar la atención de quien antes se convertirá en el oyente de su mensaje, es importante mencionar que, a diferencia de otro tipo de comunicación, la digital se llega a dar en mayor porcentaje de manera asincrónica lo que da prioridad al objetivo de lograr el interés y la

curiosidad del receptor, sobre todo porque estos factores son indispensables para la interactividad.

La comunicación digital modifica las funciones interactivas de la comunicación tradicional entre los componentes presentes en la misma, por ejemplo, en el receptor, como lo mencionan (Altamirano Benítez et al., 2022). “la identidad del receptor genera lo que se denomina presencia social, que recoge tres dimensiones: social, didáctica y cohesiva”. La dimensión social se refiere a formar una imagen real de las personas en la comunidad virtual, no se desconoce que las plataformas virtuales den apertura a manejar la información que se muestra a criterio de cada persona, pero es importante mantener la autenticidad personal real, para mantener la eficacia de la comunicación porque no se cuenta con contacto directo con las demás personas. La dimensión didáctica abarca los diseños y la implementación de procesos cognitivos y sociales esenciales en este tipo de comunicación, requiere la generación de diversos procesos entre los participantes, como los elementos y la dimensión cohesiva, donde se forjan y fortalecen vínculos en la comunidad. Esta relación entre personas es amplia y necesaria, pues fomenta el intercambio de ideas e información, contribuyendo a formar un criterio óptimo entre los usuarios; así, se logra difundir un mismo mensaje a una audiencia más amplia.

Como se mencionó antes, la importancia de saber desempeñar correctamente el rol correspondiente en la comunicación es indispensable para que la interacción de los elementos que la conforman se de manera adecuada. En el caso del receptor como lo manifiestan (López González, 2020) se debe considerar lo siguiente “en la creación de su identidad digital los usuarios pueden seleccionar los datos publicados y, desde esta perspectiva, mantener cierto control sobre el empleo que se haga de los mismos”.

El receptor o usuario como lo identifican los autores tiene la necesidad de adquirir habilidades digitales que le garanticen su participación efectiva y activa en el proceso de la comunicación digital. La utilidad de estas habilidades radica en que en la mayoría de ocasiones, el receptor intercambiara papeles con el emisor según responda o reaccione ante la información que le transmitan , por lo que el saber cómo interpretar y emitir un criterio de la información captada inicialmente juega un papel importante en el proceso de querer formar una comunicación satisfactoria , puesto que si lo antes mencionado no se maneja de una manera adecuada el mensaje puede verse alterado y distorsionado. Otra de las habilidades digitales importantes que deben adquirir los usuarios es “la competencia digital” ya que, en la sociedad virtual, el acceso a la información y a la lectura de esta no es una garantía de que se llegue al conocimiento o al uso integral del contenido del que se nutren.

En la era digital, el receptor no solo consume contenido, sino que también lo crea y lo difunde, esta transformación lo convierte en un actor protagónico de la comunicación, capaz de generar impacto y amplificar su voz. (Lozada Fonseca et al., 2021) afirman: "la audiencia no solo consume contenido, sino que responde y reproduce estos mensajes y crea otros casi simultáneos". Esta actividad creativa del receptor lo convierte en un prosumidor, un híbrido entre emisor y receptor.

Las redes sociales son el principal canal donde esta transformación cobra vida. Los usuarios pueden expresar sus opiniones, debatir ideas y generar contenido propio; esta participación los convierte en agentes de cambio, capaces de influir en la opinión pública y promover la acción colectiva.

Estudios han demostrado que los receptores activos, también conocidos como usuarios web, tienen una mejor correlación con temas de interés público, como la política. Esto les permite desarrollar un mayor criterio y capacidad de análisis frente a diversos temas. En contraste, el receptor pasivo se limita a consumir información sin interactuar con ella. Esta actitud limita su participación en la esfera pública y lo convierte en un receptor vulnerable a la manipulación. La comunicación digital ha empoderado al receptor, brindándole la oportunidad de ser un actor activo en la construcción de la información y la sociedad.

En la comunicación digital, la tradicional dicotomía emisor-receptor se diluye, la interacción constante entre usuarios convierte a ambos en prosumidores es decir creadores y consumidores de contenido a la vez.

(Rubio Jordán, 2021) señala que, a diferencia de la comunicación tradicional, donde el receptor es pasivo, en la digital este participa activamente, generando contenido propio; las estadísticas avalan esta afirmación, se estima que los usuarios buscan información billones de veces al día, esta búsqueda no se limita a la recepción pasiva, sino que implica la creación y selección de contenido. La conversación entre usuarios es un factor determinante en la construcción de la información; la opinión de otros usuarios pesa mucho en la formación de criterios, lo que define a la comunicación digital como una experiencia colectiva, basada en la arquitectura de la participación, donde las nuevas tecnologías potencian el intercambio y la colaboración. Solo cuando “muchos interactúan con muchos” la comunicación digital alcanza su máximo potencial y esta no se limita a la transmisión de información, sino que se configura como un espacio de interacción, creación y colaboración entre usuarios que comparten intereses y conocimientos.

Si bien la comunicación digital empodera a los usuarios como creadores de contenido, también existe la recepción pasiva, especialmente entre

los jóvenes; (Gravante & Caballero, 2018) lo explica de la siguiente manera "el papel de los jóvenes como receptores en el proceso comunicativo audiovisual es pasivo, de mero receptor, sin llegar a ser receptor, el motivo principal es el desconocimiento del lenguaje empleado por el emisor de tales mensajes". Esta falta de comprensión del lenguaje digital limita la participación en la comunicación, impidiendo que el ciclo comunicativo se complete de manera efectiva. Para una comunicación eficaz, el receptor debe:

Al prestar atención al mensaje del emisor, se involucra la comprensión del mensaje, la aceptación en diversos grados, el almacenamiento de una nueva opinión y la participación en la comunicación. La precisión en el uso del vocabulario es esencial tanto para el emisor como para el receptor, especialmente en entornos de comunicación digital donde la participación activa desempeña un papel crucial. La interactividad en la comunicación digital, que permite a los usuarios interactuar entre sí, facilita que el receptor se vuelva activo, abandone la pasividad, difunda información y contribuya a la creación de una comunidad participativa. La estructura en red de la comunicación digital facilita este proceso, permitiendo que los mensajes se transmitan a miles de usuarios de forma simultánea.

Una de las funciones del receptor que ya hemos analizado es la selección del tipo de información que consume el receptor, con esta

decisión, la mayoría de los usuarios enfrentan otro desafío, encontrar fuentes de información confiables y gratuitas.

Como afirma (Boczkowski & Mitchelstein, 2022), "los destinatarios o consumidores claramente necesitan redirigir sus búsquedas y visitas hacia quienes no cobran tarifa", las circunstancias de pagar por el contenido son muy debatidas y es comprensible, especialmente hoy cuando la mayoría de los medios de comunicación y los autores buscan dinero con su trabajo, pero desde el punto de vista del usuario, es importante entender que no puede costear contenidos digitales que puedan elevarse, entonces los usuarios deben encontrar canales gratuitos y de alta calidad.

Una de las funciones más destacadas del receptor es su capacidad para actuar como un referente de opinión entre otros usuarios, esta habilidad crítica le permite no solo cumplir con este rol, sino también desempeñar otras funciones significativas, como lo explica (Gallo, 2022): "Los usuarios tienen un gran poder como líderes de opinión, pudiendo desempeñarse como difusores, bloggers e influencers, incluso convirtiéndose en promotores de diversos emisores". La acción de analizar, criticar y opinar objetivamente es lo que da valor al receptor y le permite participar en las diversas funciones mencionadas. En el contexto digital, los receptores que también actúan como emisores suelen ser más creativos e interactivos que el usuario promedio, lo que les permite participar de forma abierta, participativa

y conversacional en las diferentes plataformas. Ser promotor de un emisor implica difundir su mensaje a un público más amplio, aportando críticas constructivas y un punto de vista propio sobre la información compartida. Es crucial contar con una preparación adecuada para desarrollar opiniones de manera efectiva en medios digitales, comprendiendo y especificando claramente los puntos relacionados con el tema en cuestión. Además, es fundamental considerar la opinión de los demás participantes en el proceso de comunicación al formar un criterio sólido.

4. El mensaje en la comunicación digital

Figura 8

El mensaje en la comunicación digital



Fuente: Elaboración propia

La comunicación digital, en la actualidad ha llegado a ocupar un puesto sumamente importante a raíz de la pandemia mundial, pues las personas han encontrado en la tecnología una herramienta útil para

seguir realizando trabajos, tareas, actividades y, por ende, ha surgido una nueva narrativa, basada en los mensajes, entonces la función del mensaje en la comunicación digital es facilitar la transmisión de información, fomentar la interacción, persuadir, entretener y establecer conexiones significativas entre los participantes de este entorno.

Según (Zamarreño Aramendia, 2020), la comunicación digital, como extensión de la comunicación social, se centra en individuos que producen y comparten mensajes mediante medios digitales, abarcando no solo aspectos comerciales como ventas, sino también la interacción y el bienestar social, cada persona adquiere un papel similar al de un periodista, ya que las publicaciones en medios digitales abarcan desde el envío de correos electrónicos, notas de voz y videollamadas hasta la realización de publicaciones y la comercialización de productos o servicios, surge entonces la pregunta sobre el papel de mensaje en la comunicación digital. Es crucial adaptar el mensaje al público objetivo, al propósito comunicativo, al formato utilizado y, especialmente, a las normas gramaticales del idioma español, considerando que la comunicación y la tecnología están estrechamente vinculadas y poseen la misma importancia en el contexto actual, esto se vuelve fundamental.

Se debe recordar que la comunicación tiene elementos que hacen posible su ejecución, el mensaje es uno de ellos, el papel del mensaje

en la comunicación digital es fundamental, ya que constituye el objeto esencial que el remitente desea transmitir al receptor por medios electrónicos, cada mensaje se transmite a través de una variedad de canales y plataformas que facilitan la difusión, interacción y participación de los usuarios en línea y la transmisión es instantánea, lo que permite una conexión rápida y global entre el remitente y el receptor, además, la comunicación digital ofrece la flexibilidad de elegir cuándo y con quién comunicarse, aunque a veces puede limitar la expresión no verbal y provocar malentendidos debido a la interpretación de información limitada.

Podemos definir al mensaje como la transmisión de información de un remitente a un receptor a través de un canal de comunicación específico; sirve como propósito fundamental del proceso de comunicación y al mismo tiempo representa el contenido a transmitir, para que el mensaje pueda transmitirse de manera efectiva requiere una colección de símbolos como letras y caracteres y un sistema de codificación incluyendo el idioma. Los mensajes pueden transmitirse de forma oral, escrita o mediante representaciones visuales. Según (Guillén Chávez et al., 2021) “El mensaje representa la información que el emisor desea transmitir al receptor, y que contiene los símbolos verbales (orales o escritos) y claves no verbales que representan la información que el emisor desea transmitir al receptor; son eventos de conducta”, como dice el autor, el mensaje es un elemento fundamental en la comunicación, ya que facilita la transmisión de información de

diversas formas: oral, escrita o simbólica; en el contexto de la comunicación digital, cobra especial relevancia en los eventos de conducta, donde se destaca que los seres humanos utilizan el lenguaje de manera variada, cifrando o codificando las ideas que desean comunicar. Por lo tanto, en la comunicación digital, el mensaje se define como la información generada por el emisor y transmitida al receptor a través de diferentes medios digitales, ya sea de forma verbal, escrita o simbólica.

La comunicación digital está definida por avances tecnológicos que configuran nuevas formas de producción de noticias (nuevas narrativas) que constituyen la base fundamental; incluye dinámicas de transmisión, difusión y presentación de dichas noticias (nuevos medios), que ocupan un lugar importante en la jerarquía de la comunicación, además de la relación e interacción entre diferentes lenguas, y nuevas posibilidades y se observan los medios con los usuarios (nuevos usos y apropiaciones), y la formación de comunidades de consumidores agrupados según sus intereses (nuevos grupos objetivo). Todo esto tiene lugar en un entorno de comunicación caracterizado por un contenido rico. Para Edgar Morin (2001) “En la comunicación digital de hoy, los acuerdos no se dan necesaria y exclusivamente sobre la base de mensajes masivos; por el contrario, el emisor se convierte simultáneamente en receptor y el consumidor es a la vez productor de nuevos mensajes que, en virtud de las posibilidades tecnológicas, son distribuidos, compartidos o rechazados, reformados

y vueltos a transmitir”, con esto nacen las nuevas narrativas, es decir que el mensaje puede generarse, cambiarse o ampliarse por ellos, además se llega a destacar que este elemento va a cubrir las necesidades de quien lo genera en diferentes ámbitos, para diferentes medios, audiencias, usos y apropiaciones. Además, el mismo no justifica una producción masiva, que muchas veces se tiene por idea sobre los mensajes, ya que puede estar representado de diferente manera, como un post en un muro, un video colgado en un blog o simplemente un Emoji en un chat.

El mensaje en los medios digitales desempeña un papel fundamental en la generación de comunicación, y su evolución es notable, puede manifestarse en diversas plataformas como redes sociales, mensajes de texto, entre otras y además, puede ser difundido a través de distintos dispositivos como computadoras, teléfonos celulares, televisores y radios; es esencial comprender que no todos estos medios tienen una aceptación masiva; como indica (Aguado, J., 2004), "No todos los medios de comunicación surgen originariamente como medios de masas, a diferencia de la radio y la televisión, diseñadas para la difusión masiva, el caso de la prensa y de Internet y las nuevas tecnologías nos presenta una trayectoria de masificación progresiva". Los medios evolucionaron, por lo que los mensajes también evolucionarán de acuerdo al tiempo, ya que no es lo mismo: un mensaje publicitario de 1999 que uno de 2021, por dos razones: la primera: la manera de escribirlo, y la segunda: la forma de llegar al

público; mostrándose así una secuencia visible, también cuando antes se usaba la red social Hi5 para enviar mensajes a amigos y después se crearon otras redes sociales como Facebook, WhatsApp, entre otras, rescatando que algunos se modifican para adaptarse al medio y otros se pierden. En cuanto a los mensajes, tienen un movimiento similar ya que antes se escribía, se hablaba o mandaba imágenes de manera diferente a las de hoy, un claro ejemplo son los Emojis, antes se debía escribir: ¡estoy con miedo! o mandar un audio, pero ahora con una simple carita, se entiende el mismo mensaje 🗨️ (cara con la boca abierta y las cejas levantadas).

El mensaje digital escrito es ampliamente utilizado en la comunicación actual y se enfoca en simplificar palabras, adaptar neologismos o modificarlas según el receptor, ya sea para transmitir un mensaje formal o informal; en la mayoría de las redes sociales, se emplean mensajes informales, mientras que en los correos electrónicos se prefieren mensajes formales, para este último grupo, es crucial mantener una estructura coherente y basada en reglas gramaticales, mientras que para el primero, es común adoptar formas más flexibles que, en ocasiones, pueden afectar la gramática, como la mezcla de idiomas o la introducción de neologismos. Esto se debe a que los usuarios suelen preferir mensajes breves y atractivos en lugar de textos extensos, lo que impulsa la evolución y la adopción de nuevas formas de comunicación. Según el blog((digitalDot, 2021): “la gente rara vez lee una página web palabra por palabra, más bien la recorre con la vista

(scan), y se detiene en palabras y frases individuales". Naciendo así diferentes palabras e iniciales, por ejemplo: el mensaje que quiere generar un marketing de algún producto para jóvenes lo hace con palabras de jóvenes como ¡Ponte pilas! Para llamar su atención; cuando hablas con amigos y se les escribe para decir ¿qué tal? Se suele escribir: q tal?, notando que suprimimos palabras y muchas veces afectamos a nuestra gramática ya que al difundirlo aceleramos la comunicación, pero de manera incorrecta y se debe corregir, especialmente en jóvenes que usan redes sociales y están en proceso de educación y formación. El mensaje oral y simbólico digital también son usados, pero en menor escala que el escrito, el primero se representa en mensajes de voz y llamadas, y el otro cuando se envía stickers, imágenes, emojis.

La comunicación digital permite la conectividad global y es crucial para mejorar una comunicación más eficiente, rápida, rentable y adaptable; además, contribuye a la colaboración, la participación y la creatividad en diversos ámbitos sociales, sin embargo, los humanos intentan ajustarse a la tecnología y no a sus necesidades y actividades de manera positiva. Esto se refleja en la tendencia de los mensajes a centrarse en lo que los medios solicitan y en lo que han normalizado, en lugar de enfocarse en la promoción de mensajes efectivos o en dejar de normalizar estructuras deficientes. Morin (2001) resalta la importancia de que "la sociedad debe adaptarse no solo a las nuevas tecnologías, sino que es aún más crucial que estas tecnologías se

ajusten a las verdaderas necesidades humanas y promuevan el desarrollo para el bienestar global". Este enfoque busca recuperar una estructura narrativa que se adapte a nuevas bases sin deteriorar la escritura, el habla o la comunicación gestual de las personas; considerando que el mensaje desempeña un papel fundamental por cuanto puede influir en la generación de acciones positivas o negativas, incluso inconscientemente, esto se refiere a cómo la composición de un mensaje mal estructurado o mal interpretado puede adoptarse por el receptor y difundirse a otros, creando una cadena de mensajes negativos; es esencial destacar que existen mensajes positivos, con palabras respetuosas, estructurados adecuadamente con puntos y símbolos, que no se difunden en los medios, y que esta falta de difusión se convierte en un problema de comunicación digital que debe abordarse.

La importancia de la veracidad en los mensajes digitales es crucial debido a su alcance masivo, ya que influye en la generación de confianza, facilita la toma de decisiones informadas, previene la desinformación, protege la reputación y contribuye a la construcción de una sociedad más consciente y bien informada. En el contexto actual, el escenario digital está impulsando una revisión de los métodos tradicionales de análisis causa-efecto en la comunicación. El efecto mismo puede desencadenar una causa, como sucedió el 29 de febrero de 2020 en Ecuador, cuando se difundió un mensaje culpando a ciertas personas por introducir el primer caso de COVID-19 al país y ocultar el

verdadero número de contagiados. Esto generó preocupación entre los receptores, quienes exigían respuestas que, lamentablemente, fueron contestadas con más mensajes alarmistas, exagerados y carentes de fundamentos que pudieran respaldar las afirmaciones, y que la mayoría de las personas creyeron. Como señala (García Sanz, 2019), "es necesaria la creación de mensajes que ofrezcan el mejor contenido en medio de un mundo saturado de información y desinformación. Esto implica que los consumidores deben ser alfabetizados digitalmente en cuanto al criterio para consumir medios, pero también deben ser productores de contenido selectivo y valioso para el proceso comunicativo".

Es esencial comprender que los mensajes dirigidos a cualquier audiencia deben ser claros, precisos y verídicos, ya que no se puede atribuir algo sin tener certeza al respecto. Esto no solo evita la propagación de información errónea, sino que también previene posibles impactos negativos y conflictos; en la actualidad, los receptores suelen limitarse a lo que ven en una imagen o leen en un texto, por lo que es fundamental que los mensajes inspiren confianza y credibilidad para establecer una comunicación efectiva, educativa, productiva y respetuosa, sin generar desconfianza o conflictos entre la audiencia.

El papel del mensaje en la comunicación digital abarca múltiples aspectos, como su función educativa, formativa y, especialmente, su

capacidad de generar confianza, un mensaje en este contexto debe ser claro y comprensible para el receptor, lo cual implica adoptar una nueva narrativa basada en la rapidez, la levedad, la exactitud y la visibilidad. La rapidez se refiere a ser directo en el contenido del mensaje, la levedad implica adaptarse a la audiencia sin cargar el mensaje con información innecesaria o compleja que dificulte su comprensión, la exactitud consiste en ser claro y conciso, y la visibilidad significa resaltar puntos importantes. Como menciona (Gajardo Sepúlveda, 2023), "es fundamental establecer un ambiente que promueva una retroalimentación abierta y constructiva, de esta forma las personas se sentirán cómodas expresando sus ideas y sentimientos, lo que mejora la comunicación y fortalece los vínculos interpersonales". La comunicación digital busca simplificar la interacción y el mensaje sin perder su sustancia, permitiendo al receptor comprenderlo fácilmente.

Es esencial que el emisor genere mensajes comprensibles para que el receptor los entienda, fomentando así la continuidad de la comunicación y considerando los otros elementos mencionados anteriormente. Estas propuestas de levedad, rapidez, exactitud y visibilidad, junto con las ideas expuestas por diversos autores, buscan promover una reflexión profunda sobre la comunicación digital en la práctica y debe traducirse en una experiencia en la que los lectores, al interactuar con portales web, cursos en línea u otros productos multimedia, experimenten una sensación de sorpresa seguida de

admiración, manteniendo siempre el respeto por la gramática, el lenguaje hablado y todos los elementos que conforman el rico y complejo idioma español.

5. Los canales de comunicación digital

La evolución de la comunicación en la sociedad a lo largo de la historia ha analizado sus características y canales más utilizados, especialmente al integrarse con el entorno digital, herramienta fundamental para impartir conocimientos científicos educativos y en diversas áreas. La comunicación digital se ha establecido como un medio tanto para la enseñanza como para la difusión informativa en ámbitos como la cultura, el marketing, el entretenimiento y muchos otros, como lo subraya (Molina Gómez et al., 2015)

En el contexto actual, el desarrollo en la sociedad se valora en función del desarrollo humano, siendo la comunicación social un elemento clave para alcanzar metas en ámbitos políticos, económicos y educativos, entre otros (Molina Gómez et al., 2015). La era digital ha dejado su huella en la sociedad en las últimas décadas, transformando la forma en que nos comunicamos y cómo accedemos a la información más reciente, incluso en momentos críticos como fue la pandemia de COVID-19, donde la información un elemento crucial y clave para mantenerse al tanto de las disposiciones gubernamentales, cumplirlas y comprender la situación tanto local como global.

La comunicación digital ha desempeñado múltiples funciones en el mundo contemporáneo, pero también presenta desafíos y desventajas, que incluyen limitaciones en la accesibilidad para personas con discapacidades, la falta de la interacción comunicativa tradicional y la sobrecarga de información con una rapidez y disponibilidad constante (Geneteau, 2021).

La distribución y recepción de información en diversos aspectos de la vida cotidiana se ha transformado radicalmente por la introducción de Internet y sus componentes, la era digital ha extendido su influencia a áreas como el entretenimiento, las interacciones sociales, la cultura y los negocios, obligando a las organizaciones a adaptarse a los avances tecnológicos que sirven como canales interactivos; estos canales permiten a los usuarios observar y participar en lo relacionado con la información. Las redes sociales son cruciales en comunicación digital al mostrar y difundir estilos de vida y pensamiento crítico en diversos temas. Además de las redes sociales, existen herramientas web diseñadas para ello, que amplían el ámbito de la comunicación digital y crean un nuevo ecosistema relativamente nuevo para gran parte de la sociedad. (García & Martínez, 2017) sostienen que "un ecosistema digital reproduce los mecanismos de los ecosistemas naturales en un entorno virtual, donde los miembros interactúan y comparten en línea".

La comunicación digital y los canales utilizados para transmitir información están estrechamente relacionados con las actividades y los propósitos de las personas, las organizaciones y las instituciones, y con el público objetivo que consume la información. García et al. destacan que "debido a la digitalización, es precisamente el público el que ha cambiado más significativo en su percepción por parte de las organizaciones y en sus formas de relacionarse", pero, pese a la disponibilidad generalizada de información a través de Internet y los dispositivos móviles, su utilización por parte de la población se ve obstaculizada por la falta de recursos económicos para acceder a las herramientas necesarias para una comunicación digital eficaz. Esta limitación, que prevalece particularmente en países en desarrollo como Ecuador, donde pocos usuarios, principalmente en las zonas rurales, se adaptan oportunamente a los avances tecnológicos que dependen de una conexión a Internet, tiene un impacto sustancial en la calidad de la recepción y difusión de la información entre la población; este factor debe tenerse en cuenta al analizar los canales digitales más utilizados que actualmente dominan la comunicación digital (Bordalba & Bochaca, 2018)

5.1. Canales digitales en la educación

El sector educativo se enfrenta a un desafío crucial al adoptar la enseñanza del conocimiento y el conocimiento a través de los medios digitales, por cuanto debe seguir el ritmo de la innovación tecnológica, al igual que muchas organizaciones, para evitar quedarse atrás en la

alfabetización adecuada de la nueva generación digital. (Bordalba & Bochaca, 2018) enfatizan este punto y afirman que: "El concepto de alfabetización digital incluye la adquisición de habilidades y actitudes relacionadas con la búsqueda, la comprensión, la creación y la comunicación de productos e información mediante el uso de tecnologías". Como se mencionó antes, las redes sociales como Facebook y WhatsApp desempeñan un papel importante en varios aspectos de la vida diaria, incluida la educación, a través de estas plataformas, las personas del campo educativo pueden compartir sus conocimientos y usarlos para comunicarse con la enseñanza.

Hoy, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son parte integral de la educación y se han integrado eficazmente en los últimos años para mejorar el avance educativo; se ha logrado mediante plataformas educativas virtuales que permiten la presentación de tareas, el desarrollo de contenidos y el intercambio de comentarios entre profesores y alumnos. Además, se han implementado plataformas de reuniones virtuales para el aprendizaje a distancia, lo que ha generado un mayor interés en el proceso educativo y, en su momento, desempeñaron un papel crucial en la gestión de la pandemia de la COVID-19 que para asegurar la continuidad de la educación se centró en la transición al aprendizaje en línea, el desarrollo y uso de plataformas educativas digitales, la capacitación docente, la promoción del acceso a recursos digitales y la adopción de evaluaciones en línea como parte de las estrategias para adaptarse a la situación sanitaria y

garantizar la educación de calidad, además, cabe mencionar las plataformas virtuales como Google Scholar y otros sitios web científicos que recopilan información sobre diversos temas, lo que mejora el acceso a los recursos académicos para estudiantes y profesionales.

5.2. Canales digitales empresariales

Una de las áreas que determina en gran medida el progreso de un país es la económica, en la que tanto empresas públicas como privadas ofrecen bienes o servicios a la población a cambio de generar riqueza en común, una empresa u organización tiene tres características fundamentales, que son "metas o propósitos compartidos, personas que trabajan activamente para lograr esas metas y convertirlas en logros, y un sistema compartido que establece las reglas, funciones y pautas de comportamiento en la organización". La comunicación es clave en el buen funcionamiento de estas empresas u organizaciones, por lo que, al igual que en otros ámbitos mencionados, deben estar igual a los avances tecnológicos y la innovación en los métodos para llegar a los posibles usuarios de una marca.

Los canales digitales empresariales tienen una influencia significativa en el entorno empresarial actual y es esencial que la comunicación digital forme parte de los métodos a través de los cuales la población obtiene información permitiendo llegar de manera oportuna a ellos y

proporcionar un alcance global, mejorar la interacción con los clientes, reducir costos y facilitar el acceso a información clave para la toma de decisiones estratégicas. Gracias a la importancia que se le ha dado en los últimos años a la comunicación digital, se han propuesto diversos canales para su uso, incluyendo blogs, páginas web, correos de marketing y redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, Skype y Telegram, entre otros; los cuales ofrecen estrategias de marketing a un costo razonable.

Además de comprender el uso efectivo de la comunicación digital en una organización, es crucial mencionar que la comunicación también es parte fundamental de su correcto funcionamiento, ya que el éxito en el logro de metas está relacionado con la motivación y la capacitación constante del personal.

5.3. Canales digitales en el periodismo

Aunque en el apartado anterior se ha abordado la comunicación digital en un contexto organizacional, es fundamental dedicar un área separada para analizar el papel de la comunicación digital en los medios informativos, ya que el papel que cumple es esencial para facilitar la difusión de noticias, fomentar la interacción con la audiencia, personalizar contenidos, utilizar multimedia, verificar hechos, generar comunidad al construir y mantener comunidades en línea, donde los usuarios pueden participar, compartir opiniones y colaborar en la

creación de contenido, ayudando a garantizar la sostenibilidad económica y la credibilidad de los medios.

Además de procurar una comunicación efectiva dentro de la organización para su funcionamiento interno, su tarea principal radica en transmitir a la población la información más relevante del día y de todo el mundo; es crucial dar prioridad a los medios de comunicación al hablar de noticias, ya que recibir información adecuada de fuentes confiables puede ser la clave para entender la verdad en lugar de caer en la desinformación, sobre todo en momentos cruciales de la historia.

Desde el surgimiento de internet en los años 90, la forma en que percibimos las noticias del mundo ha experimentado un cambio radical, en relación con esto, Molero, A. (2017). señala que "El proceso comunicativo, a través de la web, se ha vuelto más horizontal, activando simultáneamente diferentes canales que generan nuevas oportunidades de comunicación y colaboración entre los diversos actores involucrados". El medio digital ha transformado por completo la manera en que se presentan las noticias tanto a nivel local como global, ya que la radio, la televisión y las revistas ahora son elementos integrantes de la comunicación digital, por cuanto han evolucionado para adaptarse al entorno digital, aprovechando las tecnologías y plataformas disponibles para llegar a audiencias más amplias y ofrecer experiencias de consumo de medios más flexibles y personalizadas. Estos medios se han incorporado eficientemente a través de canales

digitales como sitios web, blogs, redes sociales, emisoras de radio en línea y aplicaciones, entre otros.

5.4. Canales digitales de entretenimiento, social y cultural

La evolución de los medios de comunicación y la incorporación de elementos sociales y digitales en diversas formas de entretenimiento, como películas, series de televisión, espectáculos y proyectos musicales, ha llevado al desarrollo de canales digitales de entretenimiento, sociales y culturales, esta transformación ha tenido un impacto significativo en la industria del entretenimiento, involucrando a actores, creadores, marcas, medios y agencias tanto de manera creativa como económica. En el ámbito del marketing digital, la producción de contenido digital es vital para atraer al público objetivo, este contenido puede tomar la forma de textos, artículos, imágenes, vídeos, audios y más, y ofrecer información o entretenimiento a través de diferentes canales o plataformas.

La integración de los canales digitales se logra a través de estrategias omnicanales, que tienen como objetivo alinear los canales para brindar a los clientes una experiencia consistente, asegurando que el contenido sea visible y se convierta en una tendencia. En el contexto de las redes sociales, los canales digitales fomentan la creatividad, la representación y la participación, dando visibilidad a las experiencias individuales y colectivas y estimulando el diálogo, el debate y los

movimientos de ciberactivistas. Esto ha dado lugar al surgimiento de culturas digitales impactantes en plataformas como Twitter, Instagram, YouTube, TikTok y Snapchat. Los canales digitales son indispensables en el mercado actual, ya que permiten que los servicios estén disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, facilitan la recopilación de información en tiempo real y permiten la comunicación directa entre las marcas y el público; esto, a su vez, mejora la interacción y facilita la difusión de contenido relevante.

El ámbito del entretenimiento social y cultural es complejo y amplio y la comunicación es crucial entre las personas de todo el mundo, especialmente por la innovación en los canales de comunicación utilizados, donde la conexión a internet es fundamental. Los avances en herramientas tecnológicas y en la red han permitido a los usuarios determinar cómo quieren comunicarse, dando lugar a la cultura de los nativos digitales, que está definiendo el futuro de los medios de comunicación. Como afirman (Rosero, 2016). "Este mundo online ha generado una sociedad marcada por innovaciones culturales y sociales, lo que ha propiciado la emergencia de una nueva generación conocida como los nativos digitales".

Según investigaciones bibliográficas, los nativos digitales, especialmente los jóvenes, son los que usan más los canales digitales para construir una realidad social, aprovechando su capacidad multitarea y su procesamiento eficiente de información mediante

imágenes y videos, en contraste con los medios tradicionales. Las redes sociales, en particular Instagram, Facebook, YouTube, Telegram, entre otras, destacan como los canales digitales preferidos por este grupo, permitiendo el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en casi todos los aspectos de su vida diaria y facilitando la comunicación interactiva a nivel mundial.

Las empresas utilizan estas plataformas y aplicaciones virtuales para crear y compartir información sobre sus productos o servicios según las necesidades de este grupo demográfico (Rosero, 2016). La comunicación digital está influenciada por los usuarios que consumen estos contenidos, no solo en el ámbito social, sino también en educación, cultura, marketing y periodismo, entre otros.

Los medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión y los periódicos se han adaptado a la era digital, donde el uso de las TIC en la vida cotidiana es significativo, creando canales digitales eficientes e interactivos, como páginas web, blogs, aplicaciones y redes sociales, herramientas esenciales para actividades como la educación, el marketing empresarial, el periodismo y el entretenimiento, facilitando la interacción activa y el acceso a la información según los intereses de la población.

III.UNIDAD III CÓDIGO, CONTEXTO Y SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. El código en la comunicación digital

El código de comunicación digital se refiere al conjunto de reglas y procedimientos utilizados para convertir información analógica o digital en una forma codificada que pueda ser transmitida y luego decodificada para su interpretación y finalmente interpretar la información digitalizada entre dispositivos y sistemas de comunicación.

La comunicación digital representa una transformación significativa con respecto al paradigma tradicional de comunicación, que abarcaba preguntas fundamentales como el "dónde", "por qué", "con quién" y "cómo"; En este nuevo contexto, el papel del código en el ámbito comunicativo se vuelve crucial, ya que guía y define el mensaje del emisor, su objetivo principal es describir y analizar las reglas que rigen la emisión del mensaje desde el emisor hasta el receptor. El código se define como un conjunto de sistemas de signos y reglas que permiten formular y comprender un mensaje. En comunicación digital, el código es un sistema operativo inteligente que establece las pautas de comprensión necesarias para emitir y recibir mensajes con textos, símbolos, emoticones, colores, abreviaturas técnicas y coloquiales, y videos e interacciones en redes sociales; y propone una visión crítica respecto a los parámetros incorrectos que deben evitarse al

interactuar y transmitir mensajes a audiencias específicas o generales en entornos en línea. El mensaje debe mantener objetividad y seguir los principios establecidos para llegar al receptor sin influencia ni manipulación por parte de terceros, asimismo, para lograr una comunicación exitosa, es crucial elegir un código que capture la atención del receptor; la creación de contenido digital sigue estándares industriales y se adapta a las prioridades de la sociedad, incorporando códigos secretos que cautiven al individuo mediante un diseño de mensaje relevante y una codificación que refleje la intención del emisor.

La personalización del mensaje es esencial, ya que proporciona contenido adaptado a los intereses del usuario, mejorando así su experiencia, aumentando su compromiso y fortaleciendo la relación con la marca a través de estrategias de comunicación digital efectivas. Según (Molero, 2017), el uso de las redes sociales ha empoderado a las personas, lo que implica que un mensaje puede ser interpretado de diversas formas, ya que todo tiene significado para alguien. Esto sugiere que, con el tiempo, la percepción de un mensaje varía según el contexto en el que se analice. Anteriormente se argumentaba que el medio era el mensaje, pero ahora se entiende que lo crucial no es el medio en sí, sino la estrategia y el impacto que el mensaje tiene al relacionarse con cada individuo, dependiendo del grupo al que se dirige.

Cuando alguien recibe un mensaje, se convierte en juez de su relevancia y puede optar por aceptarlo, discutirlo, responderlo o amplificarlo, o simplemente ignorarlo si no despierta su interés personal o social. Por ejemplo, si Juan comparte en una red social los resultados de una investigación sobre el código genético de un árbol de ceibo utilizando un lenguaje técnico dirigido a biólogos, es probable que genere debate y tenga un impacto significativo en su audiencia especializada. Sin embargo, si el mismo tema se discute en un grupo no familiarizado con la biología, es probable que pase desapercibido.

El mensaje o la comunicación no se personaliza para una persona en particular, sino que se diseña para llegar a un público más amplio o a una audiencia general. De ahí la frase "Tu lenguaje no se dirige a mí, sino a todos", que destaca la importancia de considerar a la audiencia en su totalidad al comunicar un mensaje, reconociendo que la comunicación efectiva debe ser relevante y significativa para un público más amplio, no solo para un individuo específico. Según (Fenoll, 2011), en internet, el éxito radica en la capacidad de hacernos sentir escuchados y únicos. Esto va más allá de emitir un mensaje superficial de forma genérica; el emisor debe estudiar estrategias, ideas, situaciones y opiniones para impactar al receptor de manera efectiva. Cada persona detrás de una pantalla busca sentirse escuchada, comprendida, segura, respetada y libre para expresarse sin temor a juicios sobre su personalidad o apariencia física. El comunicador tiene

la responsabilidad de abordar todas las necesidades del receptor, garantizando su integridad individual y social.

Es crucial que el emisor se prepare en el contexto digital para diferenciar entre los distintos tipos de comunicación y personalizar las publicaciones según su audiencia; por lo tanto, el conocimiento y la comprensión del internet y sus herramientas son fundamentales. Un post en línea tiene el poder de transmitir contenido a nivel mundial en cuestión de segundos, utilizando palabras, símbolos o videos que puedan resonar con grupos, sociedades o países, sin limitarse a una sola opinión o necesidad individual. Un emisor empático puede tener un impacto duradero al ser valorado en un grupo, destacándose como alguien auténtico capaz de reflejar la realidad y las circunstancias cotidianas. Más allá de la preparación y la articulación del contenido, se trata de generar ideas atractivas dirigidas a la audiencia humana.

En el ámbito digital, es esencial que las personas y las organizaciones se comuniquen con autenticidad y sinceridad, construyendo relaciones sólidas y significativas con su audiencia en línea. Esta idea se resume en la frase "Sin miedo a la Transparencia", donde la transparencia juega un papel fundamental en la comunicación digital. Según (Altamirano, 2019), es fundamental respaldarse en argumentos sólidos y crear contenidos valiosos que el lector pueda comprender con claridad. En la era digital, la información proviene de diversos autores con teorías y opiniones variadas, algunas validadas a lo largo del tiempo y otras

descartadas; cada dato, ya sea público o privado, formal o coloquial, de uno o varios autores, real o ficticio, actual o antiguo, se almacena en una base de datos en internet con un código operativo que le otorga identidad al mensaje transmitido por el emisor, similar a una huella digital que distingue a cada individuo. En este contexto digital, el temor al robo de información por parte de hackers, virus, espías o bloqueos de sistemas puede generar inseguridad en los autores al compartir contenidos transparentes y efectivos. Sin embargo, esta precaución puede resultar en falta de claridad y convicción en el mensaje, lo que lleva al receptor a percibir las ideas como poco relevantes o carentes de interés. La clave está en crear comunicados donde el emisor logre equilibrar su mensaje con una identidad propia para evitar plagios, manteniendo el propósito y el impacto deseados en la audiencia. Al ofrecer información confiable y veraz, se reduce el temor a la controversia y se promueve una comunicación efectiva y transparente en el entorno digital.

La métrica óptima es centrarse en el factor humano, haciendo hincapié en la importancia de priorizar la participación y la comprensión de la audiencia en lugar de concentrarse únicamente en datos y cifras cuantitativos. La evaluación de las métricas debe abarcar no solo la evaluación del rendimiento de la campaña o la estrategia, sino también mejorar la comprensión de la audiencia al analizar sus preferencias, requisitos y respuestas. Interactuar activamente con los usuarios mediante comentarios, interacciones en las redes sociales y análisis del

comportamiento en línea permite modificar y mejorar las estrategias de comunicación de manera más eficiente. En la era digital contemporánea, donde la interacción y la retroalimentación son instantáneas, la capacidad de escuchar a las personas es esencial para evaluar el impacto genuino de los esfuerzos de comunicación.

Los datos a gran escala (BigData) proporcionan la base esencial para las métricas en la comunicación digital, ya que permiten recopilar, examinar y utilizar datos sustanciales para mejorar la eficiencia y la eficacia de las estrategias de comunicación en la esfera digital. Los macrodatos se relacionan con la participación y la comprensión de la audiencia en comunicación digital, por su capacidad para procesar grandes volúmenes de datos de manera rápida y eficaz. Al mejorar la interacción y la comprensión de la audiencia en la comunicación digital, los macrodatos proporcionan información completa, personalizada y en tiempo real, lo que permite a las organizaciones adaptar sus mensajes e iniciativas para que se ajusten mejor a las expectativas y requisitos de su público objetivo. El BigData ha brindado oportunidades incomparables, ya que permiten realizar una amplia gama de consultas al usuario, en lugar de definir únicamente el concepto en función de sus atributos y funcionalidades. Esto se traduce en una experiencia de usuario personalizada durante la navegación web, las interacciones en las redes sociales, el uso de aplicaciones o las búsquedas en línea, donde las recomendaciones y las ofertas de contenido se adaptan a las preferencias individuales y a las búsquedas anteriores. Estos detalles fomentan un sentido de empatía entre los proveedores de contenido y

los usuarios, quienes se esfuerzan por mantenerse informados sobre los avances tecnológicos y sociales con el mínimo esfuerzo y con la ayuda de palabras clave específicas. Los proveedores deben definir, analizar y actualizar meticulosamente el contenido que sugieren para garantizar la alineación con las preferencias de los usuarios y captar así su atención y aprobación. De lo contrario, el contenido podría resultar irrelevante, lo que podría provocar aversión y desaprobación entre los usuarios, que perciben disparidades entre los mensajes y la verdadera intención del proveedor. Con el tiempo, esto podría afectar la credibilidad y buen nombre del proveedor, tomando en cuenta que los usuarios buscan comunicadores que comprendan cabalmente sus necesidades. La comunicación eficaz trasciende el mero discurso o las declaraciones, ya que implica interpretar y derivar el significado de una amplia gama de elementos, como gestos, símbolos, expresiones, figuras, emojis y otras herramientas de comunicación.

No encontramos en una era caracterizada por la abundancia de datos y conocimientos disponibles, impulsada por avances tecnológicos y la interconexión global, lo que ha transformado significativamente la manera en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. En la era digital, los receptores o usuarios tienen acceso libre a una cantidad abrumadora de información. Según (Rosero, 2016). "Establecer una relación bidireccional con el usuario nos otorga un acceso crucial, lo que significa que ya hemos avanzado más de la mitad del camino". Esto implica que los emisores deben ser conscientes de que, con la gran

cantidad de contenido disponible en la red, tienen la responsabilidad de construir una relación significativa con su audiencia, sin embargo, esto representa el principal y más desafiante reto para los comunicadores, ya que enviar simplemente un montón de información sin considerar las preferencias y criterios del receptor no es suficiente. La mayoría de los creadores de contenido y empresas no logran establecer esta relación bidireccional; se centran únicamente en sus propias necesidades personales o comerciales sin evaluar las necesidades de su público objetivo. Este error crea una barrera que dificulta la correcta transmisión del mensaje, lo que da lugar a una fuerte competencia digital, la que se destaca porque otros comunicadores tienen la capacidad de establecer una conexión bidireccional con su audiencia al estudiar sus personalidades y necesidades, a su vez, esta audiencia tiene el poder de elevar el nivel de servicio de sus comunicadores, por ejemplo, es común encontrar publicidad en redes sociales sobre ofertas, anuncios y promociones de entidades tanto públicas como privadas, lo que puede resultar molesto para el usuario que espera recibir mensajes relevantes y de importancia.

La precisión y la autenticación de los datos antes de su difusión es importante, especialmente en un entorno donde la distribución de noticias y el contenido es rápida; el afán de ser el primero en compartir noticias puede provocar inexactitudes sustanciales. Si la información es errónea, resulta imperativo utilizar métricas, análisis de datos y

validación de fuentes confiables para garantizar la precisión de los datos transmitidos, en lugar de enfatizar únicamente la velocidad de la publicación de noticias; es crucial priorizar la calidad y la autenticidad de la información compartida. De este modo, se pueden evitar situaciones potencialmente riesgosas, en las que la difusión de noticias falsas o incorrectas podría generar confusión, desinformación o dañar la reputación de quienes las difunden. Como afirma (Altamirano, 2019), "el error reside en la divulgación apresurada de la información sin proporcionar el contexto necesario para su comprensión y aclaración". Tanto los comunicadores como la población en general suelen expresar opiniones o juicios sobre un evento sin comprender completamente el contexto. La transmisión impulsiva de información sin un análisis exhaustivo plantea problemas éticos y de credibilidad, ya que la información puede validarse o refutarse más adelante debido a posibles inexactitudes. No toda la información observada o conocida en un momento determinado debe divulgarse públicamente de forma inmediata. Esta falla en la comunicación puede afectar el bienestar físico y emocional de las personas, por lo que es esencial manejar y utilizar la información de manera responsable, resistiéndose al impulso de comunicarse prematuramente sin certeza del contenido. La utilización de herramientas digitales para la verificación de la información es crucial. Por ejemplo, es común encontrar información incoherente o falaz en sitios web o redes sociales, que muchos aceptan debido al desinterés por la investigación o la autoeducación, lo que decepciona a quienes publican dicha información por falta de rigor y experiencia.

Es crucial analizar la importancia de mantener la confidencialidad del receptor o destinatario, es imperativo limitar el acceso a los mensajes únicamente al remitente y al receptor para evitar la interferencia externa o la intrusión no autorizada. Esta acción sirve para preservar la confidencialidad de las conversaciones, los correos electrónicos y diversas correspondencias digitales, impidiendo así la interceptación o manipulación no autorizadas por parte de entidades externas. La protección de la privacidad del destinatario no solo protege la integridad de la comunicación, sino que también reconoce su autonomía y libertad a la hora de determinar quién puede acceder a sus datos personales. En el ámbito de las plataformas digitales, donde prevalecen la recopilación y la utilización de datos personales, garantizar la privacidad del destinatario es vital para fomentar la confianza, la seguridad y el respeto en los intercambios digitales. Tanto el remitente como el receptor persiguen un objetivo fundamental al transmitir su mensaje: la privacidad. Como afirma (Carnicer, 2019), "es el regulador el que supervisa la actividad o el proceso que tiene lugar en los extremos periféricos de Internet, la interfaz que conecta simbióticamente a los actores humanos". Esto indica que la seguridad es un principio fundamental y rígido en cualquier forma de comunicación. Este principio es fundamental, ya que abarca no solo la confidencialidad de la información y los datos personales, sino también la reverencia por la vida personal y profesional de cada persona. Para garantizar este nivel de seguridad, se emplea un sofisticado sistema de

codificación informática y operativa para distinguir cada palabra, texto, semiótica, vídeo, etc., atribuyendo así al mensaje su autoría e identidad distintivas. En consecuencia, la divulgación de contenido privado está sujeta a un riguroso escrutinio legal en todas las jurisdicciones, debido a la fusión tecnológica del código binario. Si el remitente preserva la integridad del mensaje, puede establecer una relación bidireccional con el receptor, respetando así la regla fundamental del protocolo de comunicación digital. Además, junto con los datos de dominio personal, existe información de dominio público, que es más adaptable y se utiliza ampliamente. En tales casos, es fundamental determinar su precisión y sus repercusiones en el destinatario. Por ejemplo, cuando WhatsApp no aprobó plenamente la política de privacidad de sus usuarios, 500 millones de personas migraron a Telegram en un solo día como medida de precaución para proteger su privacidad y confidencialidad. Esto ejemplifica la importancia de que las personas respeten su privacidad en la esfera digital.

2. Contexto de la comunicación digital

El contexto de la comunicación digital se distingue por la utilización de tecnologías digitales, la interconexión global, la interactividad y la rápida transmisión de información, lo que lleva a una transformación en la forma en que las personas y las entidades interactúan, cooperan y se comunican en la era contemporánea. Un componente esencial de la comunicación digital para atribuir importancia a la información transmitida a través de mensajes de dispositivos electrónicos es el

concepto de "contexto", "El conjunto de datos y circunstancias que condicionan o rodean el mensaje, el remitente...". Esto pone de relieve la relación intrínseca entre el contexto y el mensaje, haciendo hincapié en la necesidad de que la transmisión de la información del remitente al receptor por medios electrónicos sea clara y concisa para garantizar la comprensión del destinatario; de este modo, se subraya el papel fundamental del contexto en la comunicación digital, la integración del contexto en los mensajes es fundamental, ya que los destinatarios deben comprender sin esfuerzo la información posterior a la transmisión a uno o más usuarios, teniendo en cuenta los factores externos (eventos, momentos o hechos) e internos (la ortografía adecuada, el uso adecuado de emojis o símbolos, entre otras consideraciones). Esto fomenta una mayor interacción con los elementos del mensaje, garantizando una información contextualizada eficaz para varios destinatarios. La integración del contexto en la comunicación digital es imprescindible para promover la comprensión y la eficacia de los mensajes, fomentando una interacción fluida y significativa entre los remitentes y los receptores en diversos entornos digitales.

El contexto o "contextus" es crucial en la comunicación porque influye en cómo se entiende, interpreta y responde al mensaje transmitido. El término engloba elementos o factores que realiza la persona que emite el mensaje (el emisor) y la persona que lo recibe (el receptor). El objetivo principal de estos componentes o factores es proporcionar

coherencia y comprensión a la información que será transmitida a través del mensaje, no se limita solo a lo que el emisor dice o escribe, sino que también incluye el entorno, las circunstancias, las experiencias previas y las expectativas tanto del emisor como del receptor. Estos elementos contribuyen a dar sentido al mensaje, permitiendo que el receptor lo interprete adecuadamente. El contexto abarca un conjunto de "componentes o factores" realizados por el emisor y el receptor para dar coherencia y comprensión a la información que se transmitirá a través del mensaje, surge la pregunta: ¿Cuáles influyen en el proceso? Aquí entran en juego tres factores fundamentales, tal como lo señala (Serrano, 2009): "El conjunto de componentes de carácter psicológico, sociológico y físico que conforman un contexto, facilita la realización de un acto comunicativo (relación + transmisión)"; esto significa que dentro de este conjunto se encuentran funciones descriptivas que permiten analizar los comportamientos del receptor hacia el emisor. La primera herramienta para utilizar estos tres factores de manera efectiva son los mensajes electrónicos, a través de ellos se puede verificar si se está implementando adecuadamente el "contexto". Por ejemplo, al recibir respuestas con un contenido claro y una buena ortografía, se evidencia la correcta aplicación del contexto. Además, se pueden analizar estos comportamientos mediante los portadores de voces más conocidos como audios, en los audios, se puede apreciar cómo la persona articula la información y también pueden analizar las reacciones que presenta al enviar el mensaje, como la alegría, tristeza o preocupación, entre otras emociones, por lo tanto, se consideran dos aspectos clave del contextus tanto en los "mensajes" como en los

"audios": primero, si la información tiene coherencia o sentido; segundo, si ambas partes, tanto el emisor como el receptor, muestran interés en continuar con el acto comunicativo. Si ambos puntos están presentes, se puede afirmar que el contexto se realiza de manera efectiva dentro de la comunicación digital.

Actualmente, cada usuario presenta necesidades específicas en el ámbito de la información. Para abordar estas necesidades, se utilizan diferentes "grados distintivos" representados por aplicaciones que forman parte del contexto. Según (Arango, 2013), estos grados distintivos son "el curso de eventos que se define por un conjunto ordenado de relaciones en las coordenadas espacio/tiempo". En otras palabras, el contexto en la comunicación digital no solo sirve para dar significado a la información al receptor, sino también para que cada usuario pueda interpretarlo de manera autónoma, el contexto proporciona el marco o entorno donde se presenta la información, mientras que las aplicaciones específicas brindan las herramientas y funcionalidades necesarias para que el usuario pueda comprender y procesarlo de forma independiente. Juntos, el contexto y las aplicaciones específicas crean las condiciones óptimas para una comunicación efectiva y una experiencia de usuario satisfactoria en el entorno digital.

Tanto el contexto como las aplicaciones facilitan la comprensión y el procesamiento de la información recibida a través de cualquier

dispositivo electrónico, para este fin, se consideran dos aspectos importantes: el tiempo que se tarda en responder a la información recibida y la claridad, precisión y pertinencia del mensaje enviado como respuesta. Cuando estos "grados distintivos" están presentes en la información del usuario, la comunicación se vuelve más efectiva, permitiendo mantener una relación de interés en el entorno digital. En el ámbito empresarial se suelen utilizar correos electrónicos para intercambiar información de manera profesional; en el personal, para establecer relaciones de amistad o romance, se recurre a aplicaciones de mensajería instantánea o redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, entre otras.

Considerando la evolución de los avances tecnológicos en pro de una comunicación global más eficiente, se observa que el contexto digital ha evolucionado también, dando forma a tres tipos principales de contextos para la comunicación digital. Entre estos, destaca el "contexto colectivo digital", donde los usuarios se reúnen en pequeños o grandes grupos sociales para abordar problemas o situaciones específicas y lograr sus objetivos, ya sea en asuntos políticos o sociales. Según (Moreira, 2018), este contexto es definido como "un conjunto integrado de herramientas y entornos digitales que anticipan, abordan y conectan a las personas, cerrando la brecha entre sus pensamientos y las acciones que desean tomar".

En otras palabras, el contexto colectivo digital permite que las personas se motiven mutuamente y se organicen para no permanecer en silencio y abordar los problemas cotidianos que afectan a la población. Un ejemplo destacado es el tema de la discriminación, que es un asunto extenso y difícil de resolver por completo, pero los grupos que se forman para abordar esta problemática social utilizan diversas herramientas de comunicación digital, como conferencias en Zoom, Teams o Facebook. Esto demuestra la función esencial del contexto colectivo, busca asegurar que todas las personas comprendan el mensaje transmitido y, en lo posible, generar un impacto global para encontrar soluciones efectivas, es importante destacar que este tipo de contexto tiene un gran poder, ya que influye en los pensamientos y acciones de los usuarios al ser influenciados por estos grupos organizados.

Considerando la evolución de los avances tecnológicos hacia la mejora de la eficiencia de la comunicación global, se puede observar la correspondiente evolución del panorama digital, que ha dado lugar a diferentes categorías de contextos de comunicación digital una de estas categorías es el "contexto colectivo digital" se perfila como una categoría importante, en la que las personas se reúnen en grupos sociales pequeños o grandes para abordar problemas o escenarios específicos y lograr sus objetivos, ya sea en el ámbito político o social. Como postuló (Gomes da Silva, 2019), este contexto se delinea como "un conjunto cohesivo de instrumentos y ámbitos digitales que prevén,

abordan y vinculan a las personas, reduciendo la divergencia entre sus cogniciones y los comportamientos que pretenden ejecutar".

Para decirlo de otra manera, el contexto colectivo digital permite a las personas inspirarse unas a otras y organizarse para evitar la pasividad y hacer frente a los desafíos cotidianos que afectan a la población. Un ejemplo ilustrativo es el de la difícil situación de la discriminación, una preocupación compleja y generalizada que es difícil mitigar por completo; sin embargo, las coaliciones reunidas para combatir este problema social aprovechan diversas plataformas de comunicación digital como Zoom, Teams o Facebook para actividades como las reuniones virtuales. Esto ejemplifica el papel indispensable del contexto colectivo, que se esfuerza por garantizar la comprensión universal del mensaje transmitido y, en la mayor medida posible, instigar una influencia mundial para idear remedios eficaces. Es crucial subrayar que esta forma de contexto ejerce una influencia sustancial, ya que moldea las perspectivas y los comportamientos de los participantes bajo la influencia de estos conjuntos estructurados.

En el ámbito del "contexto de los clústeres digitales", similar al colectivo en su esencia, se establece un vínculo vital para permitir la creación de grupos que faciliten el intercambio y la difusión de información entre sus componentes. Como señaló (García & Martínez, 2017), la creciente prevalencia de la digitalización está modificando significativamente nuestros modos de interacción, aprendizaje,

enseñanza, trabajo y orientación. Valorar e integrar la información de los distintos grupos es imprescindible para dar respuestas apropiadas y prevenir conflictos entre ellos. La interacción virtual puede servir como un instrumento potente o como un peligro, dependiendo en gran medida del contexto en el que se produzca; por lo tanto, es imperativo integrar la comunicación en el contexto, dado que las interpretaciones erróneas en la comunicación virtual pueden tener consecuencias en los ámbitos académico, profesional y de otro tipo; cualquier percepción errónea o divergencia del mensaje recibido puede resultar contraproducente, mientras que una interpretación precisa puede resultar ventajosa para todas las partes involucradas. Las influencias sociales ejercen una influencia fundamental en los entornos grupales, ya que los conflictos derivados de mensajes poco claros tienden a prolongar los procesos de resolución; por lo tanto, es esencial que ambos contextos colaboren para evitar malentendidos y garantizar una comunicación inequívoca y eficiente.

Por otro lado, existen personas que optan por no participar en entornos grupales para el intercambio de información o la recepción de datos de varias personas asociadas, en cambio, prefieren buscar y obtener información de forma autónoma, sin asociaciones directas, esta forma de conducta se denomina "contexto digital individual", tal como lo describe (López Golán et al., 2018) , "La autonomía contextual se manifiesta en la presentación articulada de un medio que incorpora textos, hipervínculos, secciones de comentarios, cámaras web para

investigar e imágenes en páginas web para demostrar las comunicaciones de audio". En términos más simples, las personas buscan interactuar de forma independiente o con pocos elegidos, sin obligación de entablar una comunicación; su objetivo es transmitir información de forma clara y precisa, enviando un mensaje significativo a través de cámaras web o correspondencia electrónica. Toda la información transmitida se busca y procesa meticulosamente para despertar el interés del destinatario. Es crucial subrayar que esta autonomía se asocia con frecuencia a una sensación de disfrute, manteniendo al mismo tiempo un contexto comprensible y preservando el mensaje deseado para los destinatarios. Es necesario considerar que la libertad en este marco no significa actuar sin restricciones, ya que hay que respetar las normas del contexto general y el aspecto fundamental de la comunicación digital, el "mensaje" en sí mismo.

En el contexto de la comunicación digital, es fundamental considerar los factores y categorías que influyen, en particular respecto a los posibles riesgos o peligros de la utilización de los medios digitales para la comunicación. Es necesario evaluar minuciosamente las posibles amenazas u obstáculos que puedan surgir e implementar medidas para aliviarlos o prevenirlos en la mayor medida posible. Como señaló (García & Martínez, 2017), el contexto de la comunicación abarca la totalidad de las interconexiones entre los factores y componentes que influyen o se ven afectados por los procesos de comunicación. Esto

subraya la necesidad de que el remitente reconozca el riesgo, ya que podría impedir que el receptor pudiera contextualizar la información con precisión. Por ejemplo, cuando un empleado necesita transmitir un mensaje a otra organización sobre cuestiones de asociación o acuerdos contractuales, es crucial que el mensaje sea coherente y lógico, de lo contrario, existe la posibilidad de que la entidad receptora lo despida fácilmente, lo que provocaría una interrupción de la comunicación entre las dos partes. Por tanto, es fundamental que cualquier comunicación digital se presente contextualizada para que el destinatario pueda comprenderla y reaccionar adecuadamente. Si bien el riesgo es inherente a la comunicación digital, los usuarios pueden mitigarlo reconociendo su presencia y evitando así posibles disputas de comunicación.

La composición del contexto de comunicación digital abarca el contenido de la información, los medios de comunicación empleados, el contexto situacional, el código y el lenguaje utilizados, el contexto cultural y social y el historial de la comunicación. Estos componentes interactúan entre sí e influyen en la percepción y la comprensión de la información transmitida en la esfera digital. Para definir y explorar de manera exhaustiva los elementos que constituyen el contexto de la comunicación digital, es obligatorio subrayar la importancia del "dinamismo" como factor crítico que fomenta la interacción efectiva entre el remitente y el receptor. El dinamismo denota el "proceso que moldea y reconfigura la interacción de los miembros de la audiencia

mediante la construcción de significado". En términos básicos, el dinamismo permite a los usuarios demostrar diligencia, vigor y confianza, lo que facilita el establecimiento de conexiones y una comunicación fiable con una o más personas. Es crucial enfatizar que este concepto está estrechamente vinculado a la definición del contexto (importancia de la información) y a los tipos de contexto (esencia del mensaje). En consecuencia, toda la información transmitida y recibida puede beneficiar a los usuarios en diversos ámbitos, como la educación, los esfuerzos profesionales y las funciones de liderazgo; el dinamismo, junto con la definición y los tipos del contexto, sustentan la transmisión eficiente de los mensajes, siempre que se empleen correctamente; de lo contrario, pueden plantear riesgos; estos principios son esenciales para la comprensión y la mejora de la comunicación digital.

3. Situación en la comunicación digital

La situación en la comunicación digital implica una serie de eventos que afectan tanto al emisor como al receptor, y abarcan aspectos temporales, espaciales, sociales, emocionales y tecnológicos. Comprender estos factores es crucial para observar la evolución de la comunicación en el ámbito digital y su impacto en la interpretación de la información. Los humanos inclinan la interacción social y poseen una capacidad inherente para la comunicación interpersonal y el auge de Internet ha provocado cambios significativos en esta capacidad, especialmente en sus elementos principales. Estos cambios se conocen

como la "situación comunicativa" e incluyen los componentes vitales de la comunicación. Este escenario comprende el remitente, el receptor, el mensaje, el contexto espacio-temporal y otros factores extralingüísticos que interactúan durante la comunicación. En el ámbito de la comunicación digital, es esencial enfatizar el importante papel que desempeñan las circunstancias que rodean tanto al remitente como al receptor en el proceso de comunicación, pues estas circunstancias están sujetas a alteraciones debido a diversos factores influyentes, como los avances tecnológicos, las diferencias generacionales y la dinámica espacio-temporal. Se hace hincapié en el segundo nivel de mediación cuando se discute la situación comunicativa en la esfera digital e incluye lenguajes corporales no verbales y diversas representaciones que mejoran las posibilidades de comunicación más allá del texto tradicional. Este cambio significa un alejamiento notable del dominio de la comunicación basada en textos y la necesidad de interacción y sincronización cara a cara.

Uno de los factores que influye en la evolución del panorama de la comunicación digital es el predominio de la tecnología, vinculado a los nuevos avances tecnológicos y su papel cada vez más vital en la vida diaria de las personas. Nuestra inmersión en una era centrada en la tecnología que se caracteriza por el énfasis en la automatización y la racionalización, lo que repercute en la adaptabilidad de la comunicación. La incorporación de nuevas tecnologías, con el objetivo de mejorar la vida diaria, se ha convertido en algo habitual, lo que

fomenta una confianza que puede dificultar la comunicación eficaz. Sin embargo, es imperativo reconocer que los avances tecnológicos también han generado ventajas, ya que permiten una comunicación global sin restricciones geográficas. La inflexibilidad de la comunicación digital presenta desafíos al restringir la expresión de las emociones y comportamientos inherentes que se transmiten mediante gestos y movimientos físicos. A pesar de estas limitaciones, los avances tecnológicos en la comunicación digital fomentan un mayor sentido de comunidad, interacción social y compromiso interpersonal. Este modo de comunicación puede producirse de forma sincrónica o asincrónica, lo que permite tanto a los remitentes como a los receptores no solo intercambiar información, sino también dar forma a los mensajes y distribuirlos rápidamente en diversos medios y formas.

La brecha generacional digital también es fundamental en la comunicación digital. Esta diferencia refleja las discrepancias generacionales que pueden influir en las prácticas de comunicación digital. Según (Serrano, 2009), esta disparidad se define por las experiencias compartidas, los eventos y las condiciones encontradas durante los períodos de formación de cada generación. Aunque el dominio tecnológico ha mejorado la accesibilidad y la velocidad de la comunicación digital, ha introducido desafíos relacionados con la confianza, la seguridad, la privacidad y la prestación de cuidados, que deben abordarse eficazmente para garantizar una comunicación digital más saludable y eficiente.

Para las generaciones más jóvenes, adquirir conocimientos sobre la tecnología actual puede resultar más fácil, ya que están expuestas a varios dispositivos desde una edad temprana, alimentadas por su curiosidad intrínseca por comprender su funcionalidad. Esto facilita su proceso de aprendizaje y los distingue de las generaciones mayores, que pueden tener dificultades para adaptarse a las herramientas digitales y a las plataformas en línea por falta de familiaridad o miedo a equivocarse. La contemporaneidad y las disparidades generacionales entre las personas desempeñan un papel crucial en la configuración de la interacción humana. El ámbito digital acentúa la brecha generacional, afectando especialmente a las personas mayores que no están familiarizadas con las tecnologías modernas y estas personas encuentran obstáculos en la comunicación digital, tanto dentro de su grupo de edad como cuando interactúan con sus homólogos más jóvenes. A pesar de los intentos por cerrar esta brecha, existen grupos resistentes que obstaculizan la adopción de la tecnología, lo que los coloca en una desventaja notable en la comunicación digital, especialmente en los entornos profesionales. A medida que la sociedad avanza, la disparidad generacional sufre transformaciones, y la comunicación pasa de las llamadas telefónicas tradicionales a las interacciones digitales. Este avance tecnológico acelerado amplía aún más la brecha generacional, enfatizando la importancia de la adaptación a los métodos de comunicación contemporáneos.

Actualmente, se puede argumentar que la capacitación y la educación relacionadas con la utilización de dispositivos tecnológicos, aplicaciones y herramientas en línea entre la población mayor han reducido eficazmente la brecha generacional. La integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se ha convertido en una necesidad. Estos recursos tecnológicos permiten el diálogo intergeneracional, ofreciendo contenido interactivo, narraciones, transmisión cultural y el intercambio de diversos temas. Esencialmente, las TIC sirven como un canal de comunicación omnipresente en la sociedad contemporánea, ya que fomentan la coexistencia intergeneracional, promueven el progreso social, inculcan nuevos valores y promueven la comunicación digital. El progreso de las TIC mejora significativamente la difusión inmediata e interactiva de la información. A pesar de la capacidad de las TIC para establecer conexiones sociales e impulsar el crecimiento personal, es crucial tener en cuenta que las generaciones más jóvenes tienden a adaptarse a estas tecnologías con mayor rapidez. En consecuencia, surge una disparidad entre las cohortes de más edad, que pueden no sentirse preparadas para aprovechar al máximo las ventajas de las TIC. Por el contrario, los jóvenes pueden confiar excesivamente en la experiencia tecnológica, lo que genera desapego y barreras de comunicación con otros grupos de edad. Esta tendencia destaca un aumento de la brecha generacional, lo que influye fundamental en la comunicación digital.

El espacio y el tiempo, dos factores cruciales que influyen en el orden y la comprensión de la comunicación digital, desempeñan un papel determinante en la vida cotidiana de la sociedad. Según (Moreira, 2018), "El espacio digital es una esfera nueva sin reglas preestablecidas, que puede generar desorientación y convergencias de espacios. La privacidad y la intimidad, inherentes al ser humano, se trasladan a Internet con cambios significativos". En este sentido, el espacio-tiempo en la comunicación digital se convierte en un recurso accesible para la población, facilitando una conexión permanente a través de diversos dispositivos tecnológicos y promoviendo una comunicación inmediata. Diferenciar entre el espacio-tiempo dedicado a la vida cotidiana y al ocio se vuelve cada vez más complejo en el entorno de la comunicación digital. En esta situación comunicativa, este factor ejerce una influencia significativa y preocupante. A pesar de los beneficios que ofrece la tecnología y la comunicación digital en términos de conectividad e información, también existe un lado oscuro. La voracidad con la que ha evolucionado la tecnología a nivel mundial ha invadido el espacio físico y temporal que solía usarse para interactuar socialmente. Es importante destacar que, aunque la comunicación digital mejora la conectividad y el acceso a información, también puede invadir y ocupar el espacio personal y distorsionar la percepción del tiempo, volviéndolo impredecible e incontrolable.

El innegable impacto de la comunicación digital en la sociedad contemporánea es evidente, ya que se ha establecido de manera

efectiva como la fuerza predominante en la vida de las personas a nivel mundial e impregna sus rutinas diarias. Se ha producido una invasión significativa en los espacios públicos y privados, lo que ha llevado a una redefinición de sus límites tradicionales, con la tecnología a punto de extender su alcance al cuerpo humano; por lo tanto, la tecnología se ha infiltrado en las vidas personales, traspasando los límites del espacio personal y la privacidad. Un buen ejemplo de esta violación de la privacidad a través de medios digitales es la creciente tendencia a compartir detalles y experiencias personales íntimas en línea. Este panorama de la comunicación digital no solo influye en la gestión de la vida de las personas, sino que también afecta a su bienestar mental al inmiscuirse en sus emociones mediante violaciones de la privacidad. La comunicación en entornos públicos se ha reducido a meras interacciones a través de las pantallas, lo que podría socavar la calidad de las conexiones humanas; sin embargo, es crucial reconocer que la comunicación digital y su dimensión espaciotemporal mantienen constantemente a las personas interconectadas en todo el mundo, lo que facilita el acceso a la información y el intercambio de experiencias en un marco global. Si bien reconoce la naturaleza dual de los beneficios y los riesgos asociados con la dinámica espacio-temporal en la comunicación digital, la sociedad está dispuesta a aceptar estos riesgos para mantener la interconexión.

En el contexto de la dinámica espacio-tiempo, la presencia del acompañamiento surge como un elemento crucial que en ocasiones se

ignora o subestima. La influencia y los impactos ventajosos que el compañerismo puede tener en las interacciones humanas dentro de un marco espacio-tiempo particular a menudo se pasan por alto o no se evalúan sistemáticamente. El acompañamiento es un aspecto favorable en la comunicación digital, ya que es un componente fundamental que ha impulsado la aceptación y asimilación de esta forma de interacción en la sociedad. Según (Zaharía, 2017), "la mayor interconexión que encontramos fomenta una sensación de cercanía a pesar de la distancia física". En consecuencia, la comunicación digital y sus aspectos temporales facilitan el fomento de relaciones significativas, cultivando conexiones interpersonales que brindan compañía y apoyo. Aunque la comunicación digital se realiza mediante dispositivos que limitan el contacto físico directo, permite establecer un ámbito virtual que imparte sensación de seguridad y satisfacción emocional. Esta atmósfera comunicativa promueve el surgimiento de relaciones novedosas que mejoran los lazos emocionales dentro de la sociedad, lo que genera problemas de importancia personal, familiar, financiera y social. Mediante la utilización de herramientas como los mensajes de texto, las videollamadas o las llamadas de voz, se abren vías para compartir historias personales, lo que permite la formación de vínculos emocionales y la expresión de sentimientos que contribuyen al desarrollo de conexiones sólidas.

La revolución provocada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la comunicación ha introducido herramientas

como el correo electrónico y las redes sociales, que facilitan la difusión de los mensajes. Además, la invención de los dispositivos tecnológicos e Internet ha transformado la comunicación, permitiendo la interacción multimodal e interactiva. Esta transformación ha contribuido al surgimiento de una nueva cultura en la sociedad, conocida como cultura de la autonomía. Además, en el campo de la educación, ha tenido un impacto significativo en los procesos de aprendizaje y enseñanza al permitir un aprendizaje personalizado, una mayor accesibilidad a la información y promover la colaboración y la comunicación entre estudiantes y profesores. En consecuencia, ha permitido una interacción más fácil y rápida, transformando varios sectores, como la educación, el comercio y las relaciones sociales. A pesar de los beneficios asociados con la comunicación digital, existen desafíos que pueden afectar su eficacia. En este sentido, se introduce el concepto de "situación de comunicación digital", definido por (Aguado, J., 2004), como "un acto de distinción (percepción de la diferencia)" en el que se identifican los "interlocutores" y el contexto de las relaciones entre las diferencias percibidas. Esencialmente, la comprensión de un mensaje en el ámbito digital depende tanto de la percepción del individuo como del contexto que lo rodea. La situación de la comunicación digital abarca las circunstancias que pueden impedir la comunicación y dificultar la interpretación de los mensajes del remitente al receptor. Si bien Internet permite una rápida difusión de la información a nivel mundial, los mensajes poco claros conllevan riesgos que pueden tener efectos adversos en la sociedad. Factores

como la multitarea y el individualismo conectado pueden crear situaciones que dificulten la comprensión de los mensajes.

La multitarea es un término que denota la capacidad de realizar múltiples tareas simultáneamente o en rápida sucesión. En el ámbito de la comunicación digital, la multitarea puede producir resultados tanto favorables como desfavorables. La capacidad de realizar múltiples tareas puede ayudar a las personas a dividir la pantalla para participar en diversas actividades, como escuchar música mientras completan las tareas, lo que mejora la comunicación y la interacción. Por el contrario, la multitarea puede impedir un trabajo eficaz, lo que repercute en la concentración y los modos de expresión. Además, puede inducir estrés a medida que las tareas se acumulan simultáneamente. Los usuarios de los medios electrónicos deben reconocer el impacto de la multitarea en su comunicación digital y mitigar de manera proactiva las posibles consecuencias adversas. La multitarea es un concepto predominante hoy en día, que caracteriza la capacidad de las personas para llevar a cabo diversas actividades, aunque su definición puede eludir algunas. Según (García S., 2019), "desde una perspectiva neuropsicológica, la multitarea implica esencialmente realizar múltiples actividades, de forma secuencial, rápida o simultánea". En el ámbito de los medios electrónicos, el término abarca la capacidad de ciertos dispositivos tecnológicos, en particular las computadoras y los teléfonos inteligentes, para ejecutar numerosas tareas simultáneamente debido a sus sistemas operativos.

La práctica de la multitarea, particularmente en contextos humanos, presenta tanto ventajas como desventajas. Algunos medios electrónicos incluyen funciones que permiten a los usuarios dividir las pantallas para realizar múltiples tareas, como escuchar música mientras realizan otras actividades. No obstante, la multitarea puede impedir la productividad, afectar la concentración y alterar los modos de expresión. Además, se reconoce que la multitarea puede inducir estrés a medida que las tareas se acumulan simultáneamente. En la actualidad, la multitarea es omnipresente en todos los grupos demográficos, con una prevalencia notable entre la cohorte más joven de la "Generación Z", que ha crecido junto a la tecnología.

La multitarea, una práctica desarrollada desde hace algún tiempo atrás anterior a la era moderna. Sin embargo, su denominación es reciente y se originó junto con el auge de Internet y los avances tecnológicos. La evolución de la multitarea se caracteriza por un cambio de su base tradicional de usuarios adultos a una prevalencia actual entre los adolescentes, que hacen malabares con destreza con varias tareas simultáneamente. En épocas pasadas, los adultos usaban esta estrategia en sus actividades profesionales; pero los jóvenes contemporáneos, como los niños y adolescentes, integran la multitarea en una parte importante de sus tareas diarias. Participar en actividades como responder a los mensajes de las redes sociales en plataformas como WhatsApp, Messenger o Telegram mientras realizas tareas, escuchas música y ves series es ahora algo habitual. El panorama

moderno muestra con frecuencia a adolescentes que participan en múltiples tareas al mismo tiempo. Esta transformación se atribuye en gran medida al progreso y la ubicuidad de la tecnología, ya que se correlaciona directamente con la expansión y el impacto de la tecnología en la vida cotidiana, y culmina en una mayor aceptación de la multitarea entre la población más joven. En el entorno global imperante, la multitarea se ha convertido en una práctica predominante. En el ámbito de la educación virtual, los jóvenes participan en actividades como el chat y la recuperación de información mientras realizan varias tareas a la vez. Sin embargo, este fenómeno puede afectar negativamente a sus logros educativos llevándolos a la postergación de las tareas académicas. Las rutinas diarias de la sociedad sufren una influencia sustancial de la tecnología y su uso, lo que da lugar a términos que quizá no siempre gocen de una familiaridad generalizada.

Es imperativo enfatizar que la multitarea, también conocida como multitasking en inglés, puede presentar inconvenientes, particularmente en términos de asignación de tareas. Participar en varias tareas simultáneamente puede resultar en niveles desiguales de atención e importancia. Como señaló (González, 2016), la ejecución de varias tareas al mismo tiempo puede llevar a una falta de precisión y dedicación en cada una de ellas. Varios estudiosos sostienen que, si bien la multitarea puede generar beneficios como la eficiencia del tiempo y la ampliación de las responsabilidades y mejorar la eficacia

general a la hora de gestionar múltiples tareas, estas ventajas se ven contrarrestadas por la distribución desigual de las responsabilidades o tareas, es decir, las ventajas potenciales se ven limitadas o equilibradas por la falta de equidad en la asignación de las distintas actividades o labores. Las personas se enfrentan a menudo a distracciones y exigencias simultáneas, por la conexión constante a través de dispositivos electrónicos como teléfonos inteligentes, tabletas y ordenadores. El enfoque óptimo para la gestión de tareas implica organizar y ejecutar una tarea a la vez, concediendo la misma importancia a cada esfuerzo. Este enfoque secuencial de la gestión del tiempo demuestra ser más fiable que intentar hacer malabares con varias tareas simultáneamente. Aunque la multitarea puede ser beneficiosa en entornos de trabajo colaborativo, en los que las personas se concentran en las tareas asignadas, la dependencia excesiva de las tecnologías digitales no debería perjudicar a la sociedad ni a las generaciones futuras.

La multitarea abarca una amplia gama de contextos y personas, independientemente de su estatus social. Como mencionan (López G., 2018), pueden surgir casos de consumo de medios en los que el receptor del mensaje no analiza minuciosamente los detalles, lo que lleva al procesamiento subconsciente de varios componentes. Este fenómeno se produce cuando las personas realizan varias tareas a la vez o muestran una atención dividida, lo que permite a la mente manejar la información sin tener plena conciencia de todos los detalles

o facetas relevantes. Estos casos ponen de relieve los desafíos a los que se enfrentan las personas cuando intentan realizar múltiples tareas al mismo tiempo. Es probable que, en estas circunstancias, las personas pasen por alto al menos un elemento, ya que con frecuencia funcionan en piloto automático y, por lo tanto, no captan el mensaje del remitente. Estas situaciones aclaran los casos comunes en los que los jóvenes tienen dificultades para retener el material educativo, descuidan las tareas o hacen caso omiso de las instrucciones de los padres; por el contrario, los padres pueden quedar tan absortos en sus obligaciones profesionales que no atienden a sus hijos. La naturaleza omnipresente de la multitarea impregna todas las facetas de la existencia diaria, y este tipo de situaciones son prácticamente inevitables. Por ejemplo, en los entornos de aprendizaje virtual, el ruido de fondo o las obligaciones familiares pueden provocar estrés al tener que hacer malabares con varias responsabilidades simultáneamente. En el ámbito de la comunicación, este escenario complica la interpretación de los mensajes en el día a día, lo que fomenta malentendidos que pueden fomentar la desconexión de la comunidad.

La tecnología surge de la necesidad humana de interactuar y ha progresado hasta revolucionar la estructura social, dando lugar a una dinámica novedosa en la existencia social moderna. En este marco, hay una convergencia de la tecnología y la sociedad encapsulada en el concepto innovador del "individualismo conectado". Como postuló

(Arango, 2013), esta noción significa un "cambio en los patrones organizativos sociales y técnicos", lo que implica un nuevo tipo de vínculo entre los individuos y la tecnología, en el que se busca una armonía entre la independencia personal y la interconexión facilitada por los medios tecnológicos. Así que surge la idea de que, pese a la creciente dependencia de la tecnología para la comunicación y el compromiso social, surge un individualismo interconectado con otras personas mediante redes digitales y tecnológicas; la evolución de la comunicación global debe progresar igual que los avances tecnológicos. La proliferación de Internet, la conectividad inalámbrica y la tecnología móvil ha transformado nuestras prácticas de comunicación, erradicando la necesidad de proximidad física para interactuar y disminuyendo la importancia de la comunicación cara a cara. Este concepto abarca dos elementos centrales que, en el ámbito de la autonomía/red, convergen para formar el concepto de individualismo conectado, que encarna la búsqueda simultánea de la libertad y la conexión. Dentro del discurso sociológico que analiza la sociedad contemporánea, el individualismo conectado surge como un factor fundamental que señala el cambio de un marco social industrial a uno contemporáneo. Este fenómeno está estrechamente vinculado a la identidad individual en el ámbito tecnológico y se extiende más allá de las plataformas de redes sociales para abarcar el uso personal, las inclinaciones tecnológicas y las preferencias frente a los demás. El concepto de individualismo tecnológico, siendo relativamente nuevo, merece un estudio más profundo para comprender cómo se entrelazan

la sociedad contemporánea y las tecnologías informáticas en la actualidad.

La evolución tecnológica ha introducido nuevos conceptos y fenómenos en el mundo contemporáneo. La transición hacia un entorno personalizado fomenta el surgimiento de la necesidad de comunicarse de manera rápida y efectiva en un entorno tecnológicamente avanzado crea un espacio propicio para el desarrollo del individualismo conectado. Este fenómeno implica que las personas se involucren directamente en el crecimiento tecnológico en su día a día. En este contexto, la relación del individuo se transforma, pasando de ser local y específica a ser tanto local como global. La comunicación cara a cara en entornos cercanos pierde relevancia frente a la interacción con individuos en espacios tecnológicos compartidos, como las redes sociales. Actualmente, se observa una tendencia hacia la privatización y la selectividad en la formación de nuevas relaciones, en contraste con el pasado, donde las relaciones solían ser más amplias y menos selectivas. A pesar de que un individuo pueda permanecer en un lugar físico concreto, como su hogar o lugar de trabajo, la comunicación se extiende a nivel global, permitiendo interacciones con personas de diferentes países. Esto indica que, aunque la comunicación haya experimentado un cambio tecnológico significativo, las personas siguen conectándose desde ubicaciones específicas, como el hogar o la oficina. El concepto de individualismo conectado se ha arraigado en la sociedad actual, ofreciendo ventajas como la comunicación global,

pero también planteando desafíos como la posible despersonalización de las interacciones comunicativas.

Si bien el individualismo conectado ofrece oportunidades para la autonomía y la conexión digital, es una filosofía que tiene como objetivo armonizar la autonomía individual con la interconexión social. Esta filosofía reconoce que los seres humanos son tanto individuos como miembros de una comunidad más amplia, y hace hincapié en la coexistencia y el enriquecimiento mutuo de estas dimensiones en la era digital. Sin embargo, también conlleva una serie de desafíos y riesgos que pueden afectar el bienestar emocional, las relaciones interpersonales y la sociedad en general. Esto puede socavar la evaluación de su eficacia, como destaca (Arango, 2013), quien señala que "las interacciones físicas y las conversaciones cara a cara se ven desplazadas por la inmersión individual en un mundo virtual, donde los esfuerzos individuales son estimados y priorizados sobre los esfuerzos colectivos". A pesar que la comunicación digital puede derribar las barreras que impiden la comprensión efectiva de los mensajes, se ha vuelto cada vez más individualizada, las personas tienden a limitarse a su propia existencia y a sus dispositivos electrónicos, por lo general sus teléfonos inteligentes, descuidando así la capacidad de percibir, escuchar y comprender genuinamente a los demás. En consecuencia, el elemento crucial de la empatía en la comunicación informal pierde su importancia, ya que utilizar la tecnología para interactuar con personas distantes no es el tema central. El verdadero desafío radica

en el uso generalizado de dispositivos móviles por parte de personas que se encuentran muy cerca físicamente, incluso dentro del mismo entorno, como una casa o una habitación. La comunicación, al ser un proceso que implica el intercambio de ideas, experiencias y emociones, no puede simplificarse demasiado ni ser unilateral. Requiere la presencia de un remitente y un receptor que se turnan para escucharse activamente el uno al otro. La comunicación genuina se nutre de este intercambio recíproco y, si bien el individualismo conectado no es intrínsecamente perjudicial, puede impedir la expresión efectiva cuando las personas que se encuentran cerca son absorbidas constantemente por sus dispositivos móviles.

Para concluir, hay que destacar que el individualismo conectado abarca las estrategias que nos permiten cultivar una identidad personal auténtica y sólida, a la vez que nos involucramos activamente en comunidades más amplias. Esto implica aprovechar los beneficios de la interconexión digital tanto para el desarrollo individual como para el beneficio colectivo.

Referencias bibliográficas

Aguado, J. M. (2004). Introducción a las teorías de la información y la comunicación.

[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)Ambar, K. (2015).

Altamirano Benítez, V., Ruiz Aguirre, P., & Baquerizo Neira, G. (2022). Política 2.0 en Ecuador. Análisis del discurso y la comunicación política en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8371437>

Altamirano, J. (2019). INTERNET, UNA TECNOLOGÍA REVOLUCIONARIA PERO TAMBIÉN PELIGROSA. *Revista Digital de Tecnologías Informáticas y Sistemas*, 3(3). <https://www.redtis.org/index.php/Redtis/article/view/31>

Arango Forero, G. (2013). Comunicación digital: Una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra Clave*, 16(3), 11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5243155>

Ayala, E., & Gonzales, S. (2015). *Tecnologías de la información y la comunicación*. Fondo editorial de la UIGV. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1189>

Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2022). El entorno digital: Breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy. Siglo XXI Editores. <https://sigloxxieditores.com.ar/libro/entorno-digital-elBordalba>,

- M. M., & Bochaca, J. G. (2018). Accesibilidad y alfabetización digital: Barreras para la integración de las TIC en la comunicación familia/escuela. *Revista de Investigación Educativa*, 36(1), Article 1. <https://doi.org/10.6018/rie.36.1.290111>
- Carnicer, L. (2019). Internet como medio de comunicación. *Revista FORBES*, 4. <https://forbes.es/empresas/53352/internet-como-medio-de-comunicacion/>
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism1? *Journalism Studies*, 5(2), 139-152. <https://doi.org/10.1080/1461670042000211131>
- Díaz Lazo, J., Pérez Gutiérrez, A., & Florido Bacallao, R. (2011). *Impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para disminuir la brecha digital en la sociedad actual*. *Cultivos Tropicales*, vol. 32. 1, 81 – 90. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0258-59362011000100009&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- digitalDot. (2021, mayo 11). ¿Cómo lee la gente en Internet? <https://www.digitaldot.es/como-lee-la-gente-en-internet/>
- Dottori, A. O. (2019). La comunicación humana: Orígenes de la reflexión sociológica. *Revista mexicana de sociología*, 81(3), 535-559. <https://www.redalyc.org/journal/321/32162694003/html/>
- Dubois, J. L. (2012). Usabilidad en Redes Sociales [masterThesis]. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/51>
- Fenoll Tome, V. (2011). Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales. El caso de la fórmula 1 en

valencia.

<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950247002.pdf>

Gajardo Sepúlveda, F. (2023, diciembre 10). La Teoría del Mensaje en Comunicación: Elementos y Dinámicas.

<https://es.linkedin.com/pulse/la-teor%C3%ADa-del-mensaje-en-comunicaci%C3%B3n-elementos-y-gajardo-sep%C3%BAveda-7mnee>

Gallo, D. A. C. (2022). Líderes de opinión contemporáneos: Los influencers [bachelorThesis].

<https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/24764>

García, R. R., & Martínez, B. P. (2017). Representaciones sociales y mediaciones: Una lectura crítica desde la perspectiva latinoamericana de Comunicación. BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, 22, 81-97.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322153762005>

García Ruíz, R. (diciembre de 2020). *Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado*. Obtenido de Revista ICONO14

Comunicación y tecnologías Emergentes.: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1580/1682>

García Sanz, N. (2019, agosto 6). Estrategias de marketing digital para llegar a la juventud. <https://es.linkedin.com/pulse/11-estrategias-de-marketing-digital-para-llegar-la-nagore-garc%C3%ADa-sanz>

<https://es.linkedin.com/pulse/11-estrategias-de-marketing-digital-para-llegar-la-nagore-garc%C3%ADa-sanz>

- Geneteau, G. (2021). La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.48204/j.centros.v10n1a8>
- Gomes da Silva, F. (2019, mayo 17). Medios digitales: Qué tipos existen y cómo gestionarlos bien. *Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Gonzalez, I. (2016, septiembre 21). Qué es comunicación digital y por qué es importante en las empresas. *iLifebelt*. <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Grávalos, D. (2013). La calidad de una página web como herramienta de comunicación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(0), 3-261. <https://core.ac.uk/download/pdf/38814746.pdf>
- Gravante, T., & Caballero, F. S. (2018). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina - Cidadania digital e ação coletiva na América Latina: Una crítica de la mediación y apropiación social. *Revista nuestraAmérica*, 6(12). <https://www.jstor.org/stable/48697763>
- Grosso, M. J. (2019). Existir o no existir, esa es la cuestión [Tesis, Universidad Nacional de La Plata]. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/85749>
- Guillén Chávez, S. R., Carcausto, W., Quispe Cutipa, W. A., Mazzi Huaycucho, V., & Rengifo Lozano, R. A. (2021, octubre 18). Habilidades comunicativas y la interacción social en estudiantes

universitarios de Lima—ProQuest.
<https://www.proquest.com/openview/e53385f139fb98ec582923e7ecbd9fe6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2044970>

Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. Recuperado de:
<http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/24/12.pdf>

López, F. A. (2002). Libro Verde: La Accesibilidad en España. Diagnóstico y bases para un plan integral de supresión de barreras.
https://www.researchgate.net/publication/317387273_Libro_Verde_La_Accesibilidad_en_Espana_Diagnostico

López Golán, M., Campos Freire, F., López López, P. C., & Rivas Echeverría, F. (2018). La comunicación en la nueva sociedad digital. Universidad de Los Andes (ULA) Venezuela.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=828633>

López González, F. (2020). Tu yo digital: ¿Quién eres en Internet? ESIC Editorial.
https://books.google.com.ec/books?id=gaf_DwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=fals

Lozada Fonseca, L., Fonseca Valido, R. Á., & Martínez Rodríguez, D. (2021, abril 1). “Prosumidores mediáticos”: La creación de medios digitales globales entre los adolescentes y jóvenes. | Opuntia Brava | EBSCOhost.

<https://openurl.ebsco.com/contentitem/gcd:150479944?sid=ebsco:plink:crawler&id=ebsco:gcd:150479944>

Molero, A. (2017). *Procesos grupales y relaciones intergrupales*. UNED. Obtenido de http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23377989&_dad=portal&_schema=PORTAL&IdArticulo=6201306GR01B01

Molina Gómez, A., Roque Roque, L., Garcés Garcés, B., Rojas Mesa, Y., Dulzaides Iglesias, M., & Selín Ganén, M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *MediSur*, 13(4), 481-493.

Morán, J. (2017). Comunicar y educar en el mundo que viene (R. Apararici & D. García Marín). *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 136, 398-401.

Moreira, L. F. (2018). Narrativa hipertextual de los cybermedios: el universo (Ecuador) y el país (España). <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4120/1/ULEAM-PER-0090.pdf>

Morin, E. (2001). Introducción al pensamiento complejo. Los Educadores Populares y la Educacación en Valores. https://norberto2016.files.wordpress.com/2016/10/morinedgar_introduccion-al-pensamiento-complejo_parte1.pdf

Morin, E. (2007). Complejidad restringida y Complejidad generalizada o las complejidades de la Complejidad. *Utopía y Praxis*

Latinoamericana, 12(38), 107-119.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1315-52162007000300009&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Navarro Robles, M. (2020). Comunicación horizontal e interactividad. Egregius. <https://idus.us.es/handle/11441/95642>

Nava La Corte, F. (2021). Resistencia y flexibilidad de la escritura en internet o cómo la territorialidad digital puede influir su mutación. *Razón y Palabra*, 25(112), Article 112. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1841>

Pérez Salazar, G. (2013). Hacia una ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 58(217), 197-213. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182013000100010

Pérez, M. d. (2009). La comunicación y la interacción en contextos virtuales de aprendizaje. *Apertura*, 1(1). Obtenido de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/15/18#ref>

Prados Álvarez, C. (2017, enero 24). Comunicación Digital como herramienta del éxito corporativo. *Marketeros de Hoy*. <https://marketerosdehoy.com/marketing-digital/comunicacion-digital/>

- Retamoso, J. (2019). Lectura y escritura hipertextuales: Retos y desafíos para el sector editorial. <https://openaccess.uoc.edu/handle/10609/100228>
- Rivero, M. J. (2021). El Arte de escribir y escribir en el arte teatral: Su enseñanza en la Universidad de las Artes en Cuba. *Revista Conjeturas Sociológicas*. <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/conjsociologicas/article/view/2083>
- Rosero Herrera, C. F. (2016). Interactividad en la comunicación virtual. Una relación compleja [doctoralThesis]. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/2988>
- Rubio Jordán, A. V. (2021). Las series de ficción televisivas en sus webs: Análisis de las estrategias transmedia y de la participación activa de la audiencia. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 22, 281-298. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.10>
- Salas, C., Moncada, F., Ibáñez, R., & Santana, A. (2021). Recursos Digitales Complementarios en el Texto Escolar de Lenguaje y Comunicación. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07052021000300059&script=sci_arttext
- Sánchez, S. (2016). La escritura de los jóvenes en los chats. *Revista Didáctica. Lengua y Literatura*, 18-27. <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/51298/47601>

- Serrano, E. (12 de Mayo de 2009). Accesibilidad vs usabilidad web: evaluación y correlación. *SciELO*, 23(48). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200004
- Scolari, C. (2008): Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa S.A.Barcelona.<https://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>
- Saza, I. (2018). Propuesta didáctica para ambientes virtuales de aprendizaje desde el enfoque praxeológico. *Praxis & Saber*, 9(20). <https://n9.cl/v1p2>
- Soler Adillon, J. (2017). Tres conceptos clave en medios digitales. *Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, 15, 12.
- Torrego González, A. (2021). Prácticas discursivas y literarias de los jóvenes en la Red. *El Guiniguada* [ISSN 0213-0610], n. 30, p. 72-81. <https://accedacris.ulpgc.es/jspui/handle/10553/110257>
- Torres, C. I. (2017). La implicación de las TIC en la educación: Alcances, Limitaciones y Prospectiva. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 861-876. <https://www.redalyc.org/journal/4981/498154006039/html/>
- Valdivia, A. (2021). Aprendizaje en las redes sociales: Literacidades vernaculares y académicas en la producción digital de jóvenes

escolares. *Pensamiento educativo*, 58(2), 1-17.
<https://doi.org/10.7764/pel.58.2.2021.8>

Ventura, R., Roca-Cuberes, C., & Corral-Rodríguez, A. (2018). Comunicación Digital Interactiva: Valoración de profesionales, docentes y estudiantes del área de la comunicación sobre las competencias académicas y los perfiles profesionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, Article 73.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1258>

Zaharía, A. M. (2017). Usabilidad, accesibilidad y arquitectura de la información en el diseño web. Fundamentos y nociones básicas para el profesional de la información. *Periodismo en nuevos formatos*, 113-124.

Zamarreño Aramendia, G. (2020). Fundamentos de comunicación y publicidad (1.0). Editorial Elearning, S.L.
<https://books.google.es/books?id=2Cn-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Mercy Esthela Guacho Tixi: Títulos de tercer nivel: Ingeniera en Sistemas Informáticos y Tecnóloga en Informática Aplicada por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Magister en matemática mención modelación y docencia, Magister en Informática Educativa, certificado de Formación de Formadores por el Instituto Superior Tecnológico Juan de Velasco desde 2019, ha ejercido la docencia en educación superior por 13 años. Publicaciones en revistas indexadas de alto impacto y regionales.

Edgar Francisco Llanga Vargas: Su formación, títulos de tercer nivel: Licenciado en Ciencias de la Educación, por la Universidad Nacional de Chimborazo y Doctor en Ciencias de la Educación por la Universidad Regional Autónoma de los Andes; Se obtuvo el título de posgrado como Magister en ciencias de la Educación por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Candidato a PhD por la Universidad Nacional de Rosario Argentina. Certificado de Formación de Formadores por el Instituto Superior Tecnológico Juan de Velasco desde 2019; ha ejercido la docencia en educación superior por 9 años. Publicaciones en revistas indexadas de alto impacto y regionales.

Carlos Eduardo Andrade Cuadrado: Su formación, títulos de tercer nivel: Tecnólogo en Informática Aplicada, Ingeniero en Electrónica y Computación de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; obtuvo los siguientes títulos de posgrado: Diploma Superior en Formulación y Evaluación de Proyectos de Investigación en la Universidad de Cuenca, Magister en Informática Aplicada título obtenido en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, también obtuvo el certificado de Formación de Formadores en el Instituto Superior Tecnológico Juan de Velasco. Ha sido profesor de nombramiento de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y tiene más de 25 años de experiencia docente y profesional. Tiene varias publicaciones de artículos científicos en revistas indexadas de alto impacto y regionales. Ha sido designado como autoridad administrativa y académica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

ISBN: 978-9942-33-775-7



9

7 8 9 9 4 2 | 3 3 7 7 5 7

compas
Grupo de capacitación e investigación pedagógica



@grupocompas.ec
compasacademico@icloud.com