

UNA MIRADA HACIA EL HA (SER) DEL COMUNICADOR SOCIAL EN LAS  
NUEVAS NARRATIVAS DIGITALES

ABECÉ DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL: DICCIONARIO ILUSTRADO

MÓNICA LILIANA RODRÍGUEZ TÁMARA

1004817494

DIRECTORA TRABAJO DE GRADO

ANA MERCEDES SUÁREZ OSPINA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

COMUNICACIÓN SOCIAL, SEDE CÚCUTA

2024-II

# ABECÉ DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL: DICCIONARIO ILUSTRADO

## ***Resumen***

La comunicación digital no solo permite el intercambio de mensajes a través de las pantallas, también posibilita la interacción en medio de diversos escenarios con tan solo hacer clic. En este sentido, se puede afirmar que el ser y el hacer de los profesionales de la comunicación se transforma todos los días, al igual que los contenidos en los escenarios digitales. Es importante entonces, generar una reflexión que a través de los conceptos que emergen desde este universo mediático, permita generar nuevo conocimiento, para motivar situaciones dialógicas que surgen en la cotidianidad, pero que trascienden con tan solo hacer clic.

El término clic, pertenece a la lengua inglesa, y es una onomatopeya que se utiliza para imitar el ruido que se genera al apretar el *mouse*. Este término es el ápice de casi toda la cultura digital. Es la transmutación del mundo físico al digital, el inicio o el final del consumo de contenido en línea- compras, reacciones, visualizaciones, descargas, follow/unfollow, emojis, apps, sitios web- y un largo etcétera que engendran la comunidad transmedia.

El rol del comunicador social se ve permeado por esta diversidad de aristas que vuelven más compleja su labor profesional. Una de ellas es la velocidad en que cambian las narrativas digitales. Obligado a estar conectado, muchas veces pierde su autenticidad y

capacidad creativa, ¿cómo no perderse en un bucle infinito de información y no saturar sus capacidades humanas innovadoras?

La narrativa que se presenta en esta monografía puede ayudar al comunicador social a reconocer la importancia de aprehender y aplicar los términos exactos dentro de las narrativas digitales. Tener conciencia de la economía del lenguaje, abre espacio al ha (ser) del comunicador.

Esta monografía tiene su sustento en la investigación bibliográfica, de enfoque cualitativo, porque, a partir del estudio y recopilación de datos no numéricos, se pudo evidenciar el sentido que tiene el rol del comunicador en los escenarios digitales, donde las narrativas que se construyen a diario fortalecen habilidades y conocimientos; combinados con la creatividad, el pensamiento crítico, el razonamiento y la resiliencia – parte del ser-. Pero también, darles un mal uso, o depender en su totalidad de ellas, traerá resultados negativos.

Ahora bien, los profesionales de la comunicación están llamados no solo a adaptarse a las herramientas digitales, también a liderar la construcción de espacios que promuevan el pensamiento crítico y el intercambio significativo. La función del comunicador al generar *espacios* -comunidades digitales- diversos y seguros, dentro de plataformas como Instagram, LinkedIn, Facebook, Whatsapp, etc, radica en la capacidad de interconectar lo digital y lo humano,- como si estuviese creando un grupo focal en una comunidad en un barrio de su ciudad– hacer etnografía digital entre plataformas; ser mediador.

***Abstract***

Digital communication not only allows the exchange of messages through screens, but also enables interaction in various scenarios with just a click. In this sense, it can be said that the being and doing of communication professionals change day by day, as well as the contents in digital scenarios. Therefore, it is important to generate a reflection that, from the concepts that arise in this media universe, allows to generate new knowledge and motivate dialogic situations that arise in everyday life, but that transcends just by clicking.

The term click belongs to the English language, and it is an onomatopoeia used to imitate the noise generated when a mouse is pressed. This term is the apex of almost all digital culture. It is the transmutation from the physical to the digital world, the beginning or the end of online content consumption - purchases, reactions, views, downloads, follow/unfollow, emojis, apps, websites - and a long etcetera that engenders the transmedia community.

The role of the social communicator is permeated by this diversity of issues that make his professional work more complex. One of them is the speed at which digital narratives change. Forced to be connected, they often lose their authenticity and creative capacity, how not to get lost in an infinite loop of information and not saturate their innovative human capacities?

To solve this and other questions, it is necessary to be clear about what is the objective of this research monograph; to help the social communicator to recognize the importance of apprehending and applying the exact terms within digital narratives. Being aware of the economy of language, opens space for the communicator's doing (self).

The methodology used to carry out this monograph was bibliographic research, with a qualitative approach, since it involved the study and collection of non-numerical data. The results show the constant importance of the social communicator to rethink -in this case- the virtual space he/she inhabits. Digital narratives can strengthen skills and knowledge; combined with creativity, critical thinking, reasoning and resilience - part of being. But also, misusing them, or relying entirely on them, will bring negative results.

Communication professionals are called not only to adapt to digital tools, but also to lead the construction of spaces that promote critical thinking and meaningful exchange. The role of the communicator in generating spaces -digital communities- diverse and safe, within platforms such as Instagram, LinkedIn, Facebook, Whatsapp, etc, lies in the ability to interconnect the digital and the human, -as if he were creating a focus group in a community in a neighborhood of his city- to do digital ethnography between platforms; to be a mediator.

### ***Palabras claves***

**Palabras clave:** Comunicación digital, Narrativas, Globalización, Mensaje, Internet, Mediación

**Key words:** Digital communication, Narratives, Globalization, Message, Internet, Mediation

## **Tabla de contenido**

|                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Capítulo I Problema .....</b>                                                                     | <b>5</b>  |
| <b>1.1. Contextualización teórica objeto de estudio .....</b>                                        | <b>8</b>  |
| <b>1.2. Delimitación teórica objeto de estudio .....</b>                                             | <b>14</b> |
| <b>1.3. Objetivos .....</b>                                                                          | <b>18</b> |
| <b>1.3.1 General .....</b>                                                                           | <b>18</b> |
| <b>1.3.2. Específicos .....</b>                                                                      | <b>18</b> |
| <b>1.4. Justificación .....</b>                                                                      | <b>19</b> |
| <b>Capítulo II Monografía .....</b>                                                                  | <b>28</b> |
| <b>Interpretación teórica del análisis de la revisión, selección y organización documental .....</b> | <b>28</b> |
| <b>Conclusiones .....</b>                                                                            | <b>30</b> |
| <b>Bibliografía .....</b>                                                                            | <b>33</b> |

## **Capítulo I Problema**

La comunicación es inherente al ser humano y en cada etapa de la historia se han concebido diferentes formas y tendencias que posibilitan el acto de habla. Cada uno de estos medios están determinados por lo que, para el momento, se consideran las mejores formas de expresión comunicativa, desde los jeroglíficos, el arte rupestre, la escritura en sus diversos modos, hasta la llegada de la imprenta. En el mundo contemporáneo se han generado nuevos hitos en los canales de transmisión de información; sin embargo, aunque los medios varíen, la humanidad no ha dejado de comunicarse. En este sentido, prácticas como la oralidad y la escritura siempre han ido de la mano e, incluso, han adquirido nuevos niveles de complejidad por los diversos dispositivos que las hacen posibles.

Retomando el tema de la imprenta, se puede decir que fue la primera gran tecnología con la que el ser humano tuvo contacto y esa transición de esta herramienta, permitió llegar hasta la escritura en pantalla, dinámica que se ha transformado desde hace muchos años y que ha empezado a hacer parte de este universo mediático, en el que todos en su Aldea Global están comunicados.

Marshall McLuhan (1996), con su concepto de la Aldea Global, anticipó un mundo en el que la tecnología y los medios de comunicación reducirían las distancias y conectarían a las personas como nunca. Esta visión, planteada en los años 60, parecía futurista, pero hoy es una realidad palpable gracias a las comunicaciones digitales.

En la Aldea Global de McLuhan (1996), los eventos y mensajes no están confinados a un solo espacio o tiempo; viajan a través de múltiples canales y dispositivos, alcanzando a audiencias diversas en cuestión de segundos. Este fenómeno transforma no solo la manera

en que recibimos la información, sino también la forma en que interactuamos con el mundo, redefiniendo las fronteras entre lo local y lo global.

En medio de este vertiginoso cambio, el comunicador social ha tenido que adaptarse constantemente, enfrentando nuevos desafíos y oportunidades. Los inicios de la era digital trajeron consigo una democratización de la voz, donde cualquiera con acceso a internet podía convertirse en creador de contenido.

Sin embargo, con el auge de las redes sociales, el papel del comunicador se volvió aún más complejo: Ya no se trata solo de difundir información, sino de entender los algoritmos, analizar el comportamiento de las audiencias y saber cómo captar su atención en un entorno saturado de estímulos. La responsabilidad del comunicador social se expandió, ahora, además de contar historias, debe proponer estrategias que conecten de manera auténtica y relevante con una audiencia global y diversa.

En “Las industrias de la lengua en la sociedad digital”, Pareja Lora, Antonio (2023) hace un análisis entre la relación que existe entre la lengua, los signos lingüísticos y los nuevos lenguajes digitales estudiando su comportamiento y evolución a través del tiempo.

De hecho, las industrias de la lengua no se restringen únicamente al ámbito de la ingeniería lingüística, pues incluyen todas las formas de trabajo lingüístico y con las lenguas, tanto aquellas que hacen uso de máquinas u ordenadores como aquellas que se realizan de forma manual. (Pareja Lora, Antonio, 2023, p. 3).

El lenguaje se divide en dos ramas, la lingüística interna y la lingüística externa. Dentro de la interna encontramos la fonética, fonología, morfología, sintaxis, semántica y la

lexicología. Dentro de la externa, la neurolingüística, sociolingüística, psicolingüística, la geografía lingüística y la antropología lingüística.

Todos estos campos con el paso de los años y el rápido avance tecnológico los podemos encontrar en un solo lugar: un computador o un teléfono inteligente. Nacen otros lenguajes que son los que le dan vida al mundo digital a través del software; lenguajes de código, o protocolos de programación: JavaScript, HTML, Python, SQL, Java, PHP, Rust, etc.

Desde el nacimiento del lenguaje con los primeros sonidos, señas, gruñidos, arte rupestre hasta el tiempo presente, con el lenguaje de los algoritmos -lenguaje natural, pseudocódigo, diagrama de flujo, sistema formal- prevalece un orden y una estructura. La unificación hiper rápida en los últimos años exige que el comunicador social se relacione con estos logros, retos y riesgos del avance humano.

El artículo de Pareja Lora, (2023) parafrasea a García Delgado, Alfonso y Jiménez (2010) centrándose en los dos grandes impulsores, el primero:

Primero, el avance del proceso de globalización económica, política y cultural, [...] en un mundo más interrelacionado informativamente y con más acentuados y extendidos procesos de ósmosis cultural. (García Delgado, Pareja Lora, 2023, P,3).

Y segundo:

El **despliegue de la sociedad del conocimiento**, cuyo principal soporte —de lo que se sabe y de cómo se transmite lo que se sabe— es la lengua. La hegemonía de la red de redes lo ilustra inequívocamente; no en vano, la semilla, la clave fundacional de Internet es la idea

del intercambio de información y de conocimiento (énfasis del autor de este artículo).

(García Delgado, Pareja Lora, 2023, P,3).

En este contexto, el rol del comunicador social adquiere una relevancia renovada y compleja. No basta con ser un transmisor de información; se requiere una comprensión profunda de cómo los mensajes impactan a diferentes audiencias y cómo se pueden utilizar las plataformas digitales para generar conexiones significativas.

El concepto de *prosumidor*, es importante mencionarlo, “aparece oficialmente en 1980 en el libro *The Third Wave* (La tercera ola) del sociólogo y futurólogo **Alvin Toffler**, en el que realiza algunas predicciones sobre los roles de los productores y los consumidores del futuro” (Da Silva, 2024, p. 46).

Un *prosumidor* es una persona que, además de consumir productos o servicios, también participa activamente en su creación o mejora. El término combina las palabras "productor" y "consumidor". Un ejemplo de prosumidor es aquel que usa plataformas como YouTube, donde los usuarios no solo consumen videos, sino que también los producen.

La responsabilidad de un comunicador va más allá de lo técnico; se trata de crear narrativas que resuenen en una comunidad global, manteniendo la ética y la autenticidad en un entorno donde la información se mueve rápidamente y a menudo sin filtros.

La capacidad de adaptarse, interpretar y anticipar las tendencias en los medios digitales se convierte en una habilidad clave para cualquier profesional de la comunicación. Así, el ser para el hacer del comunicador social en las nuevas comunicaciones digitales implica una constante evolución y autoconocimiento.

Los profesionales deben estar atentos a los cambios tecnológicos, pero también a las dinámicas sociales y culturales que influyen en la percepción y recepción de los mensajes. En este panorama, la empatía, la capacidad crítica y la creatividad se convierten en herramientas indispensables. El comunicador no solo actúa como un puente entre la información y la audiencia, sino que también se posiciona como un agente de cambio, capaz de influir en las conversaciones que moldean la sociedad actual. En este sentido, la pregunta que se propone esta monografía es: *¿Cuáles son los conceptos que le permiten al comunicador social la construcción de narrativas digitales para su desempeño profesional?*

### **1.1. Contextualización teórica objeto de estudio**

La transformación de las narrativas digitales ha impactado profundamente el rol del comunicador social, quien ahora debe gestionar el contenido de manera interactiva en un entorno globalizado y mediado por tecnologías digitales. La Web 2.0 ha reconfigurado la relación entre los consumidores y los medios, permitiendo que los usuarios no solo consuman contenido, sino que también lo produzcan y compartan. Según Celaya (2011), la Web 2.0 ha generado un cambio estructural en la comunicación, donde los usuarios participan activamente en la creación de contenido, lo que obliga a los medios y comunicadores a adaptarse a estas nuevas dinámicas.

### **Internet y Globalización**

La globalización permite en cierta forma la interconexión con tan solo hacer clic, y no es un término nuevo, pero que sí ha tenido su evolución desde hace muchas décadas. En este sentido es importante tener en cuenta que al lado de este concepto está el de expansión y no estrictamente cuando se refiere a procesos económicos.

En este sentido, Prada, R., Avendaño, W., y Hernández, C. (2022) destacan que la globalización y la expansión del Internet han transformado la manera en que las personas se comunican, generando una cultura digital que redefine los procesos comunicativos en entornos educativos y profesionales. “Este fenómeno ha creado nuevas formas de interacción que requieren que los comunicadores sociales dominen las herramientas digitales para gestionar eficazmente el contenido” (Prada et al, 2022, p. 263).

No basta con tener líderes de opinión, influenciadores, marcas personales, perfiles optimizados, y técnicas mecánicas para escribir un copy, redactar un post, editar y subir un video o una fotografía. La sociedad pos pandemia se convirtió se volvió más selectiva y crítica. Esta sociedad cada día más *Smart*, está buscando creadores más consientes con la realidad de sus contextos, con aspectos que están vinculados al ser, la salud mental, la equidad, la diversidad, y un largo etcétera.

En este sentido es crucial el papel de la globalización de la información. Castells (1999) subraya que en la sociedad red, las redes digitales no solo transforman la economía, sino también las relaciones sociales. En tanto, este entorno globalizado exige que los comunicadores sociales gestionen los flujos de información de manera eficaz para mantenerse competitivos en un mundo interconectado.

En este contexto, la revolución digital en los medios ha permitido que plataformas como YouTube redefinan las formas tradicionales de comunicación. Como menciona Yanover (2011), "YouTube ha sido el motor que impulsó la tendencia de que los usuarios se convirtieran en productores de contenido", p.58. Lo cual transformó la manera en que la televisión y la radio se adaptan a las exigencias de la Web.

Según Statista el popular portal de estadísticas en línea, a la fecha de enero de 2024, YouTube ya contaba con 2.500 millones de usuarios activos, sin mencionar que redes sociales como Facebook e Instagram, ya no son tan concurridas por la generación Z y Alpha, una de las primeras opciones para migrando estos usuarios, es YouTube. El rol del prosumidor está siendo clave en la actualidad, y de acuerdo a los análisis estadísticos para de los próximos años, ya que están decidiendo los contenidos de las agendas en los medios tradicionales, y creando su propio contenido en el mundo digital.

Ahora bien, el valor del contenido diferenciador es un elemento esencial en el entorno digital. Palazón (2001), enfatiza que los sitios web que ofrecen contenido único y de alta calidad, tienen una mayor capacidad para fidelizar a los usuarios, aspecto clave para que los comunicadores sociales se mantengan competitivos en un entorno sobresaturado de información.

Por otra parte, el análisis de las redes sociales destaca la relevancia de estos nuevos modelos de comunicación. Según Flores Vivar (2009), las redes sociales han evolucionado de ser simples plataformas de interacción a convertirse en espacios de creación masiva de contenido. Esta nueva dinámica ha obligado a los medios tradicionales a adaptarse a los nuevos modelos de comunicación más participativos.

En la era del streaming el formato video es el gran protagonista, la tiktorización - entendido como estandarización del contenido audiovisual- del contenido y las dinámicas transmedia. Los cambios nos han llevado del formato de texto, al formato de video de 60 segundos. Esto redefine las dinámicas del lenguaje en sí. El término metahumanos hace eco, ya que estamos entrando en la era del dominio tecnológico/digital en donde la imagen y las pantallas nos acompañen de día y de noche, no sólo para trabajar o estudiar sino, integradas como un músculo más a nuestro cuerpo.

### **La aldea global: Escenario de comunicación**

Desde un enfoque teórico más amplio, el concepto de Aldea Global, desarrollado por Marshall McLuhan en los años 60, se ha convertido en una pieza clave para comprender la interconexión global facilitada por los medios electrónicos. McLuhan (1964) utilizó este término para describir cómo las tecnologías de la comunicación, en especial, la televisión y posteriormente Internet, eliminan las barreras geográficas y temporales, creando un mundo interconectado donde las personas se ven expuestas a los mismos eventos globales en tiempo real. La Aldea Global plantea que la tecnología nos ha acercado como una comunidad única, pero también ha homogeneizado las experiencias culturales, lo que implica tanto oportunidades como desafíos en el ámbito de la comunicación.

En el libro *McLuhan en la era de Google*, Pedro Sempere (2015), amplía esta idea afirmando que la Aldea Global es "una creación y una realidad tecnológica" que no solo participa activamente en los procesos globales de comunicación, sino que también transforma cómo las personas toman conciencia de su entorno y su lugar en el mundo. Así, la Aldea Global refleja lo que Sempere describe "como una gesticulación macroscópica de

la humanidad, una metáfora que resalta la omnipresencia de la tecnología en nuestras interacciones diarias y su capacidad para moldear las relaciones sociales” (Sempere, 2015, p. 36).

Este proceso de globalización ha traído consigo no solo una interconexión masiva, además de la aparición del globalismo, un concepto más íntimo y centrado en las experiencias personales y comunitarias. Mientras que la globalización, se caracteriza por ser un fenómeno centrífugo, que extiende los intereses multinacionales y tiende a homogeneizar las culturas y economías a escala global, el globalismo, por el contrario, actúa de manera centrípeta, enfocándose en las interacciones locales y personales que ocurren en este entorno digitalizado.

McLuhan afirmó que, “mientras la globalización impulsa la uniformidad, el globalismo destaca la diversidad y la individualidad dentro de un mercado de ideas y relaciones, priorizando la equidad y la interacción en un nivel más cercano y comunitario” (Sempere, 2015, p. 128).

Este cambio conceptual exige que los comunicadores atiendan tanto las demandas globales como las necesidades locales, adaptando sus mensajes para que resuenen en ambos niveles y fomenten la diversidad e inclusión en las relaciones sociales y económicas.

El mundo digital es un nuevo sistema que releva los medios de comunicación tradicionales, —releva lo que la tradición y la escuela de Frankfurt llaman “hegemónico”— y, a su vez, crea una nueva humanidad que habita el espacio virtual, sacando también del espectro digital el término globalización, y trayendo uno similar: *globalismo*. Precisamente,

el globalismo, es lo que define a cabalidad y le da forma en sentido filosófico al término *aldea global*; y lo convierte en algo más íntimo, más cercano al yo, al individuo.

### **Comunicación y participación**

En la llamada era de la información, los comunicadores sociales disponen de una serie de herramientas y dispositivos que les permiten acceder a la información, con tan solo hacer clic o tocar las pantallas en cualquier dirección; lo cual permite que esas audiencias puedan acceder a todo tipo de información, con el fin de promover un proceso más equitativo y participativo.

En este contexto, el filósofo y teórico de la comunicación Jesús Martín-Barbero (2011) enfatiza que el comunicador social debe desempeñar un papel más activo como mediador en las dinámicas contemporáneas de la comunicación digital. En este sentido, el comunicador ya no puede limitarse a ser un simple intermediario de información, sino que debe asumir una posición más reflexiva y crítica en la sociedad red, un concepto que Manuel Castells (1999) también desarrolló para describir la complejidad y el carácter reticular de las interacciones en la era digital.

Para Martín Barbero (2011) el comunicador debe trabajar activamente en la democratización de la información y en la superación de las asimetrías que prevalecen en el entorno digital, reconociendo las desigualdades culturales, sociales y económicas que siguen presentes en este espacio; donde el concepto de convergencia digital, descrito por Nuria Almirón (2006), destaca los valores del profesional de los medios y cómo este fenómeno ha dado lugar al surgimiento de nuevas formas de periodismo cívico.

Almirón (2006), argumenta que las nuevas tecnologías, particularmente las plataformas digitales, han permitido la creación de un quinto poder, en el que las plataformas independientes desempeñan un papel clave en la vigilancia y fiscalización de los medios tradicionales.

A través de la transparencia informativa y la participación ciudadana, estas plataformas han fortalecido el rol de los ciudadanos como vigilantes de las estructuras de poder, permitiendo una mayor rendición de cuentas y amplificando la voz de colectivos antes marginados por los medios convencionales. Esta transformación no solo redefine el papel del periodismo, sino también el del comunicador social, quien debe equilibrar las demandas de transparencia y participación en un entorno donde los medios tradicionales están en crisis.

### **El clic de las narrativas**

Las narrativas digitales y el auge de los nuevos escenarios de comunicación, permitieron un nuevo espacio para los comunicadores sociales. No basta con gestionar la información de manera pasiva; el comunicador debe desempeñar un rol proactivo y mediador, facilitando la interacción entre las audiencias y los contenidos, y adaptándose continuamente a las dinámicas participativas de la sociedad digital.

La capacidad de gestionar eficazmente la información, adaptarse a las nuevas dinámicas de producción de contenidos, conlleva a una comunicación más equitativa y diversa son competencias esenciales en este nuevo escenario globalizado, donde las fronteras entre lo local y lo global se desdibujan, y la participación ciudadana se convierte en un elemento central del proceso comunicativo.

En 1980, se llevó a cabo una conferencia en la Ciudad de México, en la que participaron destacados teóricos de la comunicación, como Umberto Eco (Italia), Abraham Moles (Francia), José Luis Aranguren (España), Robert Lindsay (EE.UU.) y Miguel Sabido (México), bajo la moderación de Álvaro Galves y Fuentes. El encuentro dio inicio con las siguientes palabras:

Vivir en sociedad es vivir comunicándose, no es una casualidad que comunicación y comunidad tengan una misma raíz que significa participar de algo; tener algo en común. El ser humano fuera de la comunidad es una simple abstracción, como decía Aristóteles — sólo podría vivir fuera de la sociedad, una bestia, o un dios —. (Caviedes, 1980)

En ese sentido, la comunicación y la vida en sociedad están intrínsecamente conectadas, puesto que vivir en sociedad implica necesariamente compartir y participar de algo en común. La referencia a Aristóteles, quien afirmaba que un ser humano fuera de la comunidad sería una "bestia o un dios", resalta que la naturaleza humana está profundamente ligada a la convivencia social. En esencia, la comunicación no solo es un medio para transmitir información, sino el fundamento mismo que permite la existencia de una comunidad y la vida humana plena.

## **1.2. Delimitación teórica objeto de estudio**

La delimitación teórica del objeto de estudio se sustenta en el análisis de las dinámicas comunicativas que emergen como consecuencia de la globalización digital y el avance de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). En este contexto, Jesús Martín-Barbero (2011) plantea que el comunicador ha dejado de ser un simple intermediario de mensajes para asumir un rol más activo como mediador.

Este cambio cualitativo refleja la necesidad de que los comunicadores no solo transmitan información, sino que aborden las desigualdades sociales y culturales que prevalecen en los entornos digitales, fomentando una participación activa y democrática en los procesos comunicativos (Barbero, 2011). La figura del comunicador, por tanto, se redefine, ya que ahora debe trabajar en la creación de una sociedad más justa y equitativa mediante el acceso y la gestión de la información.

Asimismo, Arcila et al. (2011) en *Digitalización y Ecología de Medios* sostienen que la interacción y la interconexión global han transformado el ecosistema mediático, destacando la convergencia de los medios como una característica central que permite la fusión de diferentes plataformas y contenidos en un único formato digital. Esta convergencia no solo amplía las posibilidades de interacción, sino que también redefine el papel del comunicador en la creación y gestión de contenidos en un entorno digital en constante evolución.

Por su parte, Lasprilla (2021) analiza el impacto de la cibercultura en la organización social y política, destacando cómo la tecnología de la información ha reconfigurado profundamente las dinámicas sociales, mientras se destaca que la cibercultura no solo se refiere al uso de tecnologías digitales, sino que afecta aspectos clave como la producción de conocimiento y las relaciones de poder, lo que implica que los comunicadores deben tener una comprensión profunda de estas nuevas dinámicas para gestionar adecuadamente su papel en la sociedad digital.

### **Transmedia y comunicación**

El término transmedia conceptualizada por Henry Jenkins (2006), teórico estadounidense y se caracteriza por ser una técnica de narración que consiste en contar una historia a través de varios formatos. Dividirla en diferentes plataformas para que cada una tenga el propósito diferente, sin cambiar el mensaje, adaptándose al consumidor en cada canal. No es lo mismo crear un post para Facebook, un canal para personas +35, de ventas directas que para Instagram o TikTok que son nichos para la generación Z, de carácter visual. Configurar un paisaje mediático amplio y diverso es su objetivo.

Este modelo ha demostrado ser particularmente eficaz para fomentar una profunda inmersión y compromiso por parte de las audiencias, quienes, al interactuar con diferentes extensiones del relato en diversas plataformas, enriquecen y diversifican su experiencia de consumo. Ariam Herrera, (2024, p.173)

El análisis de las narrativas transmedia realizado por Carlos Scolari (2014) destaca cómo este enfoque narrativo permite a los medios y comunicadores aprovechar diferentes plataformas digitales para ofrecer una experiencia más rica y participativa a las audiencias. Según Scolari (2003), este tipo de narrativas no solo distribuye contenido en múltiples plataformas, sino que también permite una interacción más profunda y fragmentada, adaptándose a las nuevas dinámicas del consumo mediático en la era digital. Es decir, que el comunicador debe coordinar y gestionar las múltiples formas de interacción, alineándose con las preferencias fragmentadas y diversas de las audiencias contemporáneas.

Silvia Bacher (2009) también resalta que, aunque las TIC han democratizado el acceso a la información, aún persisten desafíos significativos en cuanto a su uso en entornos educativos y formativos, resaltando que los comunicadores tengan la

responsabilidad de utilizar estas tecnologías de manera crítica, promoviendo una participación reflexiva y activa de las audiencias para evitar que el consumo de información se vuelva superficial y poco significativo. Esta dimensión crítica es esencial para asegurar que el acceso masivo a la información no se traduzca en desinformación o en una reducción del análisis profundo.

De otra parte, Galindo (2005), analiza el impacto de la cibercultura, destacando la importancia de la ciber ciudad como un espacio simbólico y digital que reconfigura las estructuras sociales y urbanas. En este nuevo entorno, los comunicadores deben desempeñar un papel activo en la gestión de estas comunidades digitales, facilitando la interacción y cohesión social en un marco de relaciones complejas que se desarrollan tanto en el espacio físico como en el virtual.

La cibercultura, por tanto, exige un enfoque más integral por parte de los comunicadores, quienes deben ser capaces de operar dentro de estas nuevas formas de interacción social. En consonancia con estas ideas, Lara (2005), enfatiza que los medios de comunicación han evolucionado para adaptarse a las dinámicas de las redes sociales, lo que ha redefinido su rol como meros proveedores de información.

Ahora, estos medios no solo deben ofrecer noticias, pueden convertirse en espacios de socialización, facilitando que las audiencias interactúen entre sí y con el medio, fomentando la construcción de comunidades virtuales en las que los usuarios sientan un sentido de pertenencia y participación, como lo señala Lara (2005). Este enfoque integral exige que los comunicadores no solo gestionen la información, sino que también fomenten

el diálogo y la colaboración entre usuarios, facilitando la creación de espacios donde las audiencias participen activamente y generen conexiones significativas.

Ramón Zallo (2011), por su parte, destaca cómo la digitalización ha transformado no solo los modos de creación y consumo cultural, sino también los modelos de negocio de las industrias culturales, y en este sentido, el comunicador debe estar preparado para gestionar la creciente centralidad de la cultura en la economía digital y enfrentarse a los retos que impone un entorno en el que la abundancia de contenidos puede poner en peligro la calidad y diversidad de las propuestas comunicativas.

Finalmente, la globalización también juega un papel crucial en este contexto, tal como lo explica Pérez (2020), quien afirma que las TIC han facilitado la interconexión global y prometen democratizar el acceso al conocimiento, los autores advierten que esta transformación también ha profundizado la exclusión digital. Muchas personas siguen sin acceso a las tecnologías, lo que impide que se beneficien plenamente de la sociedad de la información.

De modo que la delimitación teórica del objeto de estudio se sustenta en las transformaciones provocadas por la globalización digital y las TIC, destacando la responsabilidad de los comunicadores sociales de adaptarse a las narrativas transmedia a gestionar las plataformas digitales de manera efectiva, y fomentar una participación crítica y reflexiva en la sociedad de la información. Estos cambios no solo redefinen el papel del comunicador, sino que amplían sus responsabilidades en la construcción de una sociedad más inclusiva, democrática y conectada.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. General**

- Establecer estrategias de comunicación que faciliten la comprensión y aplicación de los conceptos que involucran narrativas digitales, para el desempeño del comunicador social en entornos virtuales.

#### **1.3.2. Específicos**

- Identificar los conceptos claves de las narrativas digitales que contribuyen a la construcción de conocimiento en las diversas plataformas interactivas.
- Describir el impacto que representa la importancia de las temáticas presentes en las narrativas digitales.
- Explicar los conceptos fundamentales en el uso de las narrativas digitales como herramientas para la generación de contenido.

### **1.4. Justificación**

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), hacen parte del rol que desempeñan los comunicadores sociales, y de la misma forma representan desafíos en su desarrollo personal y profesional.

Sin duda, las formas de ser y hacer comunicación transformaron diversas profesiones, entre estas, la comunicación. Por eso, es importante explicar y describir los conceptos que

hacen parte de este nuevo universo mediático, que si bien, pueden ser de uso común, su significado abre nuevas posibilidades de conocimiento.

El contenido de esta monografía se centra en abordar los conceptos básicos que deben tener en cuenta los profesionales de las nuevas generaciones, con el fin de ampliar sus opciones dentro del lenguaje digital. De esta forma, los comunicadores sociales podrán tener una fuente directa para verificar términos; se busca explorar como estas palabras influyen en el “ha(ser)” del comunicador social, es decir, la esencia de su rol y su forma de actuar.

En *¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital?*, Elva Emilia Gómez Oviedo y Jesenia Ruiz, afirman lo siguiente:

El comunicador no debe incurrir en el abuso de estereotipos, ni en la información mediocre que muchas veces es publicada en portales web, debido a la inmediatez en la que se ve envuelto el profesional. Además de publicar la información, debe entenderla, analizarla, saber qué es falso o verdadero; entender que tiene el deber de dirigir los cambios para dárselos a la comunidad de una forma consciente. (2018, p. 77).

El análisis tiene lugar en el marco de las plataformas digitales y los entornos mediáticos actuales, en donde el libro titulado *Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado* es el referente para abordar la diversidad de términos existentes.

A medida que se expande la cobertura de los medios de comunicación digitales, lo hace también, el instinto de búsqueda que ha tenido el ser humano durante milenios, para poder tener diferentes opciones al momento de comunicarse. El idioma español tiene cerca de 93.000 palabras, de estas, más de 19.000 son americanismos.

El comunicador debe manejar los medios a la carta, o sea, en espacios de comunicación en los cuales el usuario casi que personaliza aquello que quiere consumir (información, música, deportes, entretenimiento, concursos, entre otros) bajo un esquema de inmediatez, flexibilidad. y lealtad. (Gómez y Ruiz, 2018, p. 27).

Marshall MacLuan hace énfasis en la capacidad que tiene el ser humano de almacenar información, y de transformarla eventualmente en una experiencia del mismo lenguaje.

Ahora estamos en condiciones de poder ir más allá y de transferir todo el espectáculo a la memoria de un ordenador. Porque el hombre, como señala Julián Huxley, posee un aparato de transmisión y transformación basado en su poder de almacenar la experiencia. Y esta capacidad para almacenar, por ejemplo, en el mismo lenguaje, es también un modo de transformación de la experiencia. (1964, p. 80).

El proyecto se llevará a cabo a través de una investigación teórica basada en autores clave como **Marshall McLuhan**, complementada por una revisión de las plataformas digitales y sus efectos sobre la profesión del comunicador social. Además de contar con la revisión teórica del libro *Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado*.

El estudio para esta monografía adquiere relevancia en la contemporaneidad, dado el crecimiento exponencial de los medios digitales y su influencia sobre los procesos comunicativos. Esta monografía se contextualiza en el ámbito académico, con énfasis en su aplicación práctica dentro del campo profesional de la comunicación.

A través del *Diccionario ilustrado*, no solo se pretende explicar los términos emergentes en la comunicación digital, sino también generar una reflexión crítica sobre

cómo estos conceptos influyen en la esencia del "ha(ser)" del comunicador, ampliando las posibilidades de acción en un contexto globalizado y tecnológicamente interconectado.

De este modo, se espera que los profesionales de la comunicación, al comprender y aplicar los términos que configuran este nuevo universo mediático, puedan desempeñar un rol protagónico en la creación de espacios de diálogo profundo y en la construcción de narrativas auténticas y significativas.

Al igual que lo planteaba **Marshall McLuhan** con su visión de la **Aldea Global**, los comunicadores no solo deben adaptarse a las herramientas digitales, sino también liderar la manera en que estas transforman las interacciones humanas, promoviendo una comunicación responsable, crítica y comprometida con la sociedad .

Además, este trabajo tiene como objetivo beneficiar a diversas comunidades, entre ellos; los profesionales, estudiantes y docentes egresados de carreras como comunicación social, comunicación social & periodismo, diseño gráfico, publicidad, mercadeo. Para enfocarnos en el campo de la comunicación social, que es lo que nos concierne, profundizaremos un poco en cuales son los nuevos roles del comunicador social.

El comunicador social se ha adaptado a las dinámicas de los escenarios digitales y a la constante transformación de los medios de comunicación, y esto permite más alcance y versatilidad, al momento de gestionar contenidos. En este sentido, surgen nuevos roles de la comunicación:

**Informador Tradicional** En las primeras etapas de la profesión, el comunicador social tenía como principal función la de actuar como un mediador de información entre los acontecimientos y la audiencia.

1. **Editor y Curador de Contenidos** Con la llegada de la era digital, el acceso a una gran cantidad de información en línea generó la necesidad de un rol más especializado. El comunicador social asumió la responsabilidad de seleccionar y verificar la información disponible en Internet para ofrecer contenido relevante y confiable a sus audiencias, actuando como un filtro de calidad en un entorno digital saturado de información.

2. **Generador de Contenidos Multimediales** La proliferación de redes sociales y plataformas como YouTube y Blogs permitió que el comunicador se convirtiera en un creador de contenidos adaptados a estos nuevos medios. Esta función abarcó desde la escritura de textos y guiones hasta la producción de videos, imágenes y transmisiones en vivo.

3. **Community Manager** Encargado de mantener y fortalecer la presencia en línea de marcas, organizaciones o individuos. Su labor se enfoca en interactuar con el público, fomentar el diálogo y gestionar la reputación digital, respondiendo a las exigencias que demanda las dinámicas de la comunicación digital.

4. **Especialista en Estrategias de Comunicación Digital** Creador de campañas de marketing digital, optimización de contenido para motores de búsqueda (SEO) y análisis de datos para mejorar la efectividad de la comunicación en línea.

5. **Productor Transmedia** La expansión del storytelling digital permitió que el comunicador social adoptara este rol. Diseñando y desarrollando historias que se despliegan de manera coherente a través de múltiples plataformas, combinando medios tradicionales y digitales.

6. **Diseñador de Experiencias Interactivas** Con la aparición de tecnologías como la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR), el comunicador social adquirió la capacidad de crear diversas experiencias, donde la interacción y la interactividad se convierten en los aspectos centrales, es decir, se trata de diseñar entornos donde la audiencia no solo consuma el contenido, sino que lo experimente de forma directa.

7. **Analista de Datos y Algoritmos de Comunicación** El auge del Big Data y la inteligencia artificial (IA) transformó el análisis de la comunicación. El comunicador social ahora tiene la capacidad de utilizar herramientas de análisis de datos para comprender patrones de comportamiento en las audiencias y ajustar los mensajes a dichos patrones. Este rol implica el manejo de grandes volúmenes de información para tomar decisiones informadas sobre el contenido y su distribución.

8. **Moderador de Comunidades en entornos Virtuales** Es este el escenario donde el comunicador se enfrenta a varios desafíos, entre los que se destacan la gestión de comunidades, con el fin de promover estrategias y valores, para alcanzar los objetivos propuestos.

Las profesiones del comunicador social han evolucionado en sintonía con el avance tecnológico y los nuevos modelos de interacción digital. Desde su función tradicional como mediador de información, hasta su papel actual en los escenarios digitales,

pensando siempre en liderar procesos de cambio que se piensan desde el entorno real y se desarrollan en lo virtual.

Identificar los diversos roles que se mantienen, y los que han surgido a través del tiempo es fundamental para reflexionar en torno a la posibilidad del nacimiento de más, y diversos roles. A esto, conceptos como:

1. **Inteligencia Artificial (IA):** Es una rama de la informática que desarrolla sistemas de basándose en la combinación de algoritmos para crear máquinas que puedan resolver problemas, interactuar con el lenguaje, razonar y percibir.
2. **Inteligencia Artificial Generativa (IA Gen):** Subcampo de la IA enfocado en crear textos, sonidos, imágenes por aprendizaje previo con la información dada, y los patrones aprendidos en la base de datos.
3. **Realidad virtual (RV):** Tecnología que representa escenas o imágenes/objetos tridimensionales de apariencia real. Hechos para sumergir al usuario en la experiencia. Es creado con lenguajes de programación como C#, C++ o JavaScript.
4. **Realidad aumentada:** Combinación del mundo real con el contenido digital. Para que funcione, se emplea tecnología como la cámara del teléfono inteligente, GPs y sensores de movimiento.
5. **Gamificación:** Basado en métodos de videojuegos, y usado en entornos educativos y empresariales. Aplicación de elementos y mecánicas de los juegos para motivar e impulsar equipos.
6. **Multiplataformas:** Programas y aplicaciones, creadas con un único código de base para que puedan estar y funcionar en todos los dispositivos

7. **Interactividad:** Relación de comunicación entre personas y dispositivos o contenidos digitales. Es la capacidad para que un programa o dispositivo inteligente responda a las acciones de las personas que la usa.

Además de los beneficios que trae los diversos profesionales, docentes y estudiantes, el interés en hacer este proyecto, nació de diversos interrogantes, entre ellos, ¿por qué es necesario analizar y reflexionar en torno a las herramientas lingüísticas, llámense conceptos y/o términos que tejen las narrativas digitales actuales? Al estudiar el libro *Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado*, surgieron diversas reflexiones, que se van desglosando en el transcurso de esta monografía.

Entre las conclusiones importantes a las que se pudieron llegar, se encuentra lo que se decidió llamar *teoría del haSer*, - misma que le da nombre a este trabajo monográfico, titulado *Una mirada hacia el ha"ser" del comunicador social en las nuevas narrativas digitales*-, esta *teoría del haSer*, tiene tres pilares fundamentales que van estructurados en forma piramidal.

El primero, aprehensión; la base de la pirámide inicia, y se solventa cuando la terminología digital es identificada a través de una primera lectura, para luego ser aprehendida por el comunicador social, estudiante, docente, etc. En ese sentido, el receptor dota de sentido al termino, gracias a su capacidad de subjetividad; Jean Paul Sartre, aborda desde un principio de inmanencia, "No existe otro universo fuera del universo humano, el universo de la subjetividad".

El segundo, autonomía; al identificar las raíces etimológicas de los conceptos dentro de las narrativas digitales y sus diversas plataformas, el comunicador social se conecta

directamente con el lenguaje, con su forma primigenia. En este punto, el lenguaje dota al comunicador social de identidad frente a su contexto, ligando su quehacer profesional con el desarrollo de su personalidad, y dándole sentido en cuanto al ser, ya que en este punto el decide cómo seguir aprendiendo los términos y definiciones y decide cuales le son más relevantes. Además, la elección de aprender estos términos deviene de y en autonomía.

Y el tercero, uso práctico; desde una perspectiva del comunicador social, este primer último pilar, lo vuelve un creador de comunidades dentro del mundo virtual, mismas que eventualmente tendrán un efecto directo en la vida real. Esto elevan el carácter humanístico dentro de los roles de los profesionales, ya que extraen conocimiento teórico para llevarlo al campo práctico.

### **Metodología de investigación**

Para la investigación y construcción monográfica, la metodología usada fue la investigación bibliográfica, -de enfoque cualitativo-, ya que conllevó la búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e informada de datos no numéricos. Se tuvieron en cuenta libros, sitios web, formatos multimedia, que permitieron identificar información de calidad.

### **Capítulo II Monografía**

#### **Interpretación teórica del análisis de la revisión, selección y organización documental**

Desde la interpretación teórica del análisis, revisión, selección y organización documental para este trabajo monográfico, se da apertura agregando que, para Castells

(2006), la cultura de la libertad fue decisiva para producir las tecnologías red, que sirvieron de infraestructura en términos de globalización, descentralización y redes.

En este sentido, esa libertad que se menciona fue, es y será fundamental no sólo para el comunicador social en los diversos roles que pueda desempeñarse dentro de la sociedad de la información, dentro la cultura de internet; sino también, para toda la humanidad. Desde redes sociales, blogs, plataformas de *streaming*, etc. La libertad de creación, difusión y consumo han sido las que han permitido que crezca este gran engranaje.

Esta “lógica social” como lo denomina Rocío Rueda (2015), posibilita la mediación computacional que a su vez conforma un ensamblaje socio ético, que desemboca en el desarrollo del ser. Según un estudio estadístico que dio a conocer El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), en Colombia “solo 11 % crea, construye o recicla contenidos en la web; en este grupo, 68 % usa fotografías, 56 % imágenes, 42 % música y 38 % video. De los creadores de contenidos 84% lo hacen como aficionados, mientras que 16 % lo hace como profesional” (MinTIC, 2014, p. ).

Siguiendo a Rocío Rueda (2015), la representación de sí, dentro de las plataformas digitales forma una parte fundamental de quienes somos dentro de la red, y que actualmente para la generación Z, el avatar creado en sus perfiles en las diversas plataformas, representa con más claridad como son realmente sus personalidades, es una versión más cercana y real, a su verdadero “ser” que la puedan generar en la vida real.

Para crear un contraste con las estadísticas y el pasar de los años, y darle una mirada general a los cargos TIC más demandados en la región de Colombia, se agrega que, “274.386 personas hacen parte del sector de las Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones, de las cuales apenas el 43.4 % son mujeres y el 56.6 % son hombres.”  
(MinTic, 2020,p.1).

Además:

Las estadísticas muestran que el número de jóvenes adolescentes que utilizan Internet ha aumentado significativamente en las últimas décadas, (Ortiz Johan, Fiaga Laura, 2024, p. 18) “en su mayoría jóvenes entre los 12 y 24 años (84.1%)”. (MinTic, 2021, p, 18).

En este punto es vital preguntarnos, ¿qué tan importante es conocer de terminología, y narrativas digitales para poder habitar de manera más consciente el espacio virtual? Tomando como muestra demográfica nuestro país, Colombia, en donde tan sólo el 16% de los, las y les generadores o creadores de contenidos para plataformas digitales, lo hace de manera profesional.

Comprender la magnitud del desarrollo del ser a través de estos espacios, es la espina dorsal para poder profundizar cómo, porqué y para qué se dan ciertos movimientos dentro de los mismos. El libro, *Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado*, busca poder crear una conexión cercana entre ese 16% de la población colombiana que crea contenidos de manera profesional, pero también para el otro 84%; es una manera ágil, y rápida de poder familiarizarse con un lenguaje que de por sí, ellos mismos van creando día a día.

*Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado*, es uno de los primeros libros en Colombia en centrarse de lleno en la terminología de narrativas digitales contemporáneas en formato diccionario. Ayuda a crear esta “lógica social” mencionada por

Rocío Rueda (2015), en su texto titulado *Redes sociales digitales*: “de la presentación a la programación del yo”.

En ese sentido, la innovación es fundamental para poder comunicarse, y/o expresar una idea en la web; Guillermo Franco (2008), menciona el término “economía de las palabras” en su libro *Cómo escribir para la Web*. Esta economía de las palabras, “exige palabras cortas, conocidas y precisas. Es una pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo pauta para todos los medios” (P. 43).

El comunicador social, aprende en la academia a redactar noticias, crónicas, reportajes, ensayos, informes, etc, de la mano de una estructura clara llamada LEAD. El *lead* en periodismo es el encargado de ubicarnos en diferentes momentos dentro del texto, y estas pautas corresponden a *qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué*. Esta estructura piramidal, da un giro radical cuando se escribe para algún sitio Web.

Es preciso, tener nociones claras sobre el lenguaje que predomina en cada sitio, ya que varía dependiendo de la red social, el portal de noticias, el sitio web, la *newsletter*, etc. La innovación va a depender mucho del bagaje del desarrollo del ser, no tanto del intelecto. Ya no es necesaria tanta información, para poder comunicar una idea con muchas menos palabras. El desarrollo de la conciencia - que apela al yo, y la noción del otro- comprende un hecho, un suceso, o una noticia con un titular cargado de significado, y sobre todo de valor cuando se sabe elegir bien la terminología.

Un caso puntual de esta economía de las palabras, la podemos encontrar en la Red Social X, que tiene como límite 280 caracteres por cada publicación, o una red social que

salió al mercado de las aplicaciones digitales, *Threads*. Esta, permite al usuario expresarse a través de 500 caracteres.

Estos sistemas son capaces de deducir los hábitos de consumo, estados de ánimo y comportamientos de los usuarios, recopilando información muy precisa que determina el tipo de contenido con mayor probabilidad de éxito. Todo ello nos introduce en la cuarta revolución industrial. (Arribas e Islas, 2021.p, 97)

De la economía de las palabras a la economía colaborativa, las dinámicas en los entornos digitales producen, y reproducen nuevos lenguajes, formas de ser, de expresarse y de compartir esas nuevas perspectivas de lo que es ser humano, en un mundo adentrado en lo digital palabras como *normalidad* - *necesidad* - *natural* son sinónimos.

“El mecanismo de ‘*me gusta*’, al tiempo que genera una cierta experiencia social compartida, produce una ‘economía automática de lo que gusta’, que se integra al régimen visual que se extiende a los medios masivos, como la televisión y la radio.” (Rueda, 2015, p.92). En ese sentido, se puede tachar de rareza, o poco convencional no estar dentro de alguna de las tantas plataformas que existen. Por ello, la labor del comunicador social, y de los profesionales que estudian e investigan las dinámicas digitales es crucial. Se necesita guiar y educar a las generaciones de antes, - que deben unirse a la digitalización-, a quienes se incorporaron a ellas cuando nacieron, y a los nativos digitales.

El mecanismo de “me gusta” es tan sólo la punta del iceberg. ¿Y cómo entenderlo? o más bien, ¿cómo saber que significa sino soy un experto en algoritmos, estadísticas digitales, programación o marketing digital?

En conclusión, la revisión teórica de la selección y organización documental resalta cómo la libertad digital y la economía de las palabras han transformado la comunicación y las narrativas contemporáneas. A través de estas nuevas dinámicas, se explora la evolución del ser en entornos digitales, donde la innovación y la consciencia del lenguaje juegan un papel clave para expresar ideas de manera eficaz. El ***Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado***, se propone como una herramienta esencial para quienes desean comprender y participar activamente en esta cultura digital en constante cambio.

### **Conclusiones**

Luego de estudiadas las diversas fuentes teóricas, y el libro ***Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado***, es posible establecer algunas conclusiones:

La multiplicidad de narrativas digitales contemporáneas nos ubica en un péndulo de newton. Podemos estar a un costado, observando el desarrollo digital desde la óptica tecno-optimista, el tecno-negativismo, o desde el bagaje que está en medio. Pero sin importar desde donde se observe, algo que resulta imprescindible para habitar este mundo hiper digitalizado: conocer conceptos, términos y palabras básicas.

Ante este panorama, es necesario que el comunicador social tenga acceso y sea consciente de cuáles son esas definiciones que ayudan a construir el entramado de la digitalización, ese que cada día permea más el diálogo, el hacer y el ser en las diversas plataformas.

El comunicador también debe desempeñar un rol proactivo y mediador, facilitando la interacción entre las audiencias y los contenidos, y adaptándose continuamente a las dinámicas participativas de la sociedad digital.

La comunicación digital, no aborda tan sólo temáticas como la publicidad, el marketing, el diseño gráfico, etcétera. Sino que, engloba la comunicación y el lenguaje en sí. Las maneras en las que se crean nuevos términos, y palabras para poder darle forma y significado a esta realidad virtual, hacen del comunicador un replicador necesario y urgente de conocimiento.

En el actual contexto digital, el comunicador social ha evolucionado de un mero emisor de información a un agente activo de mediación y construcción de significado. El profesional no solo difunde mensajes, sino que facilita interacciones significativas y equitativas, integrando un enfoque ético y cultural que profundiza en la esencia del “*ha(ser)*” del comunicador en las plataformas digitales.

La expansión global de la comunicación digital redefine los límites entre lo local y lo global, generando nuevas oportunidades y desafíos. Este contexto exige que el comunicador no solo domine herramientas digitales, sino que también comprenda los efectos de la interconexión cultural, adaptando sus mensajes para resonar tanto en audiencias globales como en comunidades locales.

Las plataformas actuales demandan un lenguaje directo y preciso, promoviendo una “economía de la palabra” que transforma la manera de comunicar en línea. Esta característica, inherente a la comunicación digital, requiere que el comunicador maneje y

seleccione términos que favorezcan el entendimiento rápido, sin sacrificar la profundidad y relevancia del mensaje.

Ante la rapidez de cambio en las narrativas digitales, el comunicador social debe estar en constante aprendizaje y adaptación. La innovación, como se expone en la teoría del *ha(ser)*, se convierte en una herramienta fundamental para que el comunicador asuma el rol de creador de experiencias y gestor de comunidades digitales, llevando su conocimiento más allá de lo teórico y aplicándolo de manera tangible.

En un mundo en constante digitalización, el comunicador social se posiciona como un puente esencial entre las plataformas digitales y la comunidad. Esta monografía no solo destaca la evolución del rol del comunicador hacia una figura mediadora, ética y globalmente conectada, sino que también enfatiza su responsabilidad en la creación de espacios para el diálogo significativo.

El propósito de que estudiantes, profesores y profesionales no solo permanezcan actualizados, sino que avancen con paso firme y creativo hacia el porvenir, radica en una tarea profunda: aprehender y compartir la sinergia entre el ser humano y la máquina. Esta amalgama, que se teje en la intersección de la humanidad y la tecnología, invita a una comprensión más íntima. La máquina no es un mero artefacto de utilidad, sino un reflejo y extensión de las aspiraciones humanas.

La relación se despliega no solo como dominio técnico, sino como un vínculo profundo, en el que el hombre vierte su esencia creativa y su deseo de trascender. En este encuentro, la tecnología se convierte en un espejo que refleja tanto la nobleza como las

contradicciones de nuestra naturaleza, creando una danza simbiótica en la que ambos evolucionan.

La máquina amplifica nuestras capacidades, pero también plantea una introspección sobre lo que significa ser humano en un mundo digital. Este aprendizaje mutuo, entre lo humano y lo artificial, nos reta a conservar nuestra autenticidad mientras navegamos hacia territorios inexplorados.

La máquina cobra vida al ritmo de nuestras intenciones, y nosotros, como seres “senti-pensantes”, hallamos en ella un canal para plasmar nuestras visiones y aspiraciones más profundas. En este punto, lo que Ernesto Sábato llamó “*Hombre íntegro, y hombre engranaje*”, ya no va por caminos bifurcados, sino que se entrelazan para formar uno solo.

## Referencias

- Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: Civic journalism y quinto poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 61, 106-117. <https://doi.org/10.4185/RLCS-200609>
- Arcila, C., Ferrer, A., Scolari, C., Labrador, O., García, L., Guerrero, M., Delgado, E., Castellanos, W., Pimentel, K., Oliveros, A. (2011). *Digitalización y ecología de medios. Reflexiones sobre comunicación, tecnología y sociedad*. Universidad de Los Andes.
- Arribas, A., & Islas, O. (2021). El prosumidor en la economía colaborativa: Nueva manera de participar en el mercado de consumo. *Palabra Clave*, 24(2), 1-22. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.2.7>
- Barbero, J. (2011). Los oficios del comunicador. *Signo y Pensamiento*, 30(59), 18-40. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0120-48232011000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-48232011000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Castells, M. (1999). *Globalización, sociedad y política en la era de la información*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=10378>
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la Web 2.0*. Gedisa.
- Da Silva, D. (2024, octubre 8). Prosumidor: Conoce al consumidor moderno y su importancia para tu marca. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-prosumidor/>
- Flores, J. (2009). New Models of Communication, Profiles and Trends in Social Networks. *Comunicar*, 17(33), 73-81. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>

- Franco, G. (2007). Cómo escribir para la web: Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción “online”. *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23880>
- Galindo, L. (2005). La ciberciudad. una visión de lo social y lo urbano desde la cibernética, la sistémica y la comunicología. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 2, 149-172. <https://doi.org/10.29092/uacm.v0i2.497>
- Gomez, E., & Ruiz, J. (2018). ¿Cómo el comunicador puede ser mediador a través de la narrativa digital? *JSR Funlam Journal of Students' Research*, 3, 109-116. <https://doi.org/10.21501/25007858.3136>
- Gordillo, L. (2009). Sartre: La conciencia como libertad infinita. *Tópicos (México)*, 37, 09-29. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0188-66492009000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0188-66492009000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Caviedes, J. (2018, octubre 5). *La Comunicación. Encuentro de expertos, 1980* [Video recording]. [https://www.youtube.com/watch?v=W\\_JPPkn8Lq8](https://www.youtube.com/watch?v=W_JPPkn8Lq8)
- Lara, T. (2008). La nueva esfera pública: Los medios de comunicación como redes sociales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, ISSN 0213-084X, N°. 76, 2008, pags. 128-131.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Paidós. [https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan\\_Marshall\\_Comprender\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion.pdf](https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall_Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf)
- Palazón, A. (2001). Comunicación web: El valor de los contenidos de la Red. *Comunicar*, 9(17), 93-96. <https://doi.org/10.3916/C17-2001-13>

- Pérez, M. (2020). La tecnología de la información en la cibercultura. Un análisis con la teoría de los códigos. *Pedagogía y Saberes*, 54. <https://doi.org/10.17227/pys.num54-10527>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2021, octubre 1). *Ismo—Qué es, usos, definición y concepto*. Definición.de. <https://definicion.de/ismo/>
- Prada, R., Avendaño, W., & Hernández, C. (2022). Globalización y cultura digital en entornos educativos. *Revista Boletín Redipe*, 11(1), 262 - 272. <https://doi.org/10.36260/rbr.v11i1.1641>
- Rueda, R. (2015). Redes sociales digitales: De la presentación a la programación del yo. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 78, 71-101. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/782015/atc3/ruedaortizr>
- Rueda, R., & Franco, M. (2018). Políticas educativas de TIC en Colombia: Entre la inclusión digital y formas de resistencia-transformación social. *Pedagogía y Saberes*, 48. <https://doi.org/10.17227/pys.num48-7370>
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Anuario AC/E de Cultura Digital.
- Sempere, P. (2015). *MCLUHAN EN LA ERA GOOGLE | MEMORIAS Y PROFECIAS DE LA ALDEA GLOBAL* (Segunda edición). [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Z\\_LDCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=teor%C3%ADa+de+la+aldea+global+&ots=bGW09mz46G&sig=xYTxtj4YC4OytFoaJRpm8APCLyU#v=onepage&q=teor%C3%ADa%20de%20la%20aldea%20global&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Z_LDCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=teor%C3%ADa+de+la+aldea+global+&ots=bGW09mz46G&sig=xYTxtj4YC4OytFoaJRpm8APCLyU#v=onepage&q=teor%C3%ADa%20de%20la%20aldea%20global&f=false)
- Silva, A. (2008). La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibernsiedad. *Razón y palabra*, 64.
- Yanover, D. A. (2011). La revolución digital en los medios. Chasqui.

Zallo, R. (2011). Estructuras de la comunicación y de la cultura: Políticas para la era digital.

Barcelona: Gedisa

Pareja-Lora, A. Las industrias de la lengua en la sociedad digital. *Lemma: Revista de comunicación* 1(1). <https://doi.org/10.20511/lem.2023.v1n1.1862>

Johan, O & Laura, Fiaga. (2024). Modelo de un Sistema de Seguridad para el uso responsable de las Redes Sociales en jóvenes adolescentes en la localidad de Engativá, Bogotá D.C a partir de la Norma ISO 27032 (Control Parental).  
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/bec6541f-12e2-42b9-a025-0d36c8d0258a/content>