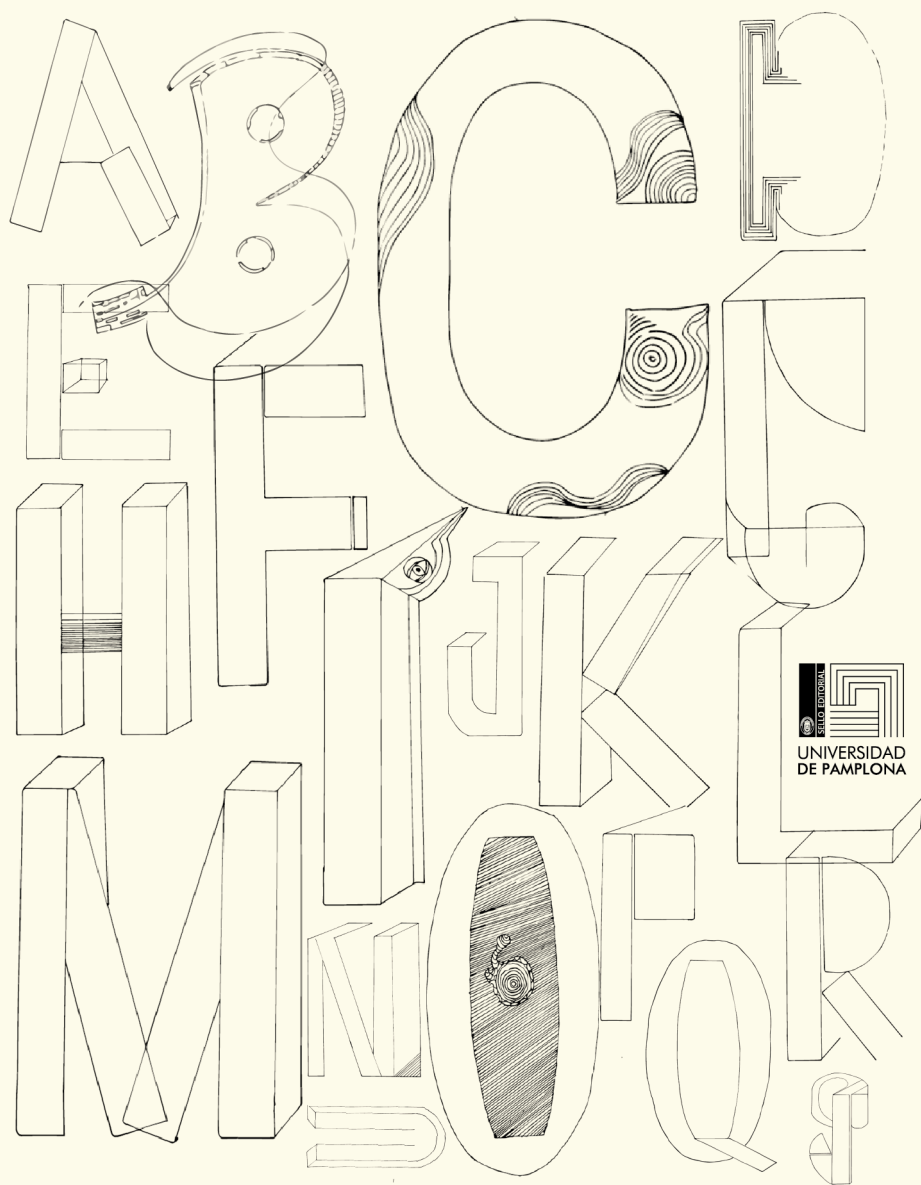


ABECÉ

DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL



DICCIONARIO ILUSTRADO

MÓNICA LILIANA RODRÍGUEZ TÁMARA

ABECÉ

DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

DICCIONARIO ILUSTRADO

MOLI TÁMARA

ABECÉ de la comunicación digital: Diccionario ilustrado / Mónica Liliana Rodríguez Támara — Cúcuta: Universidad de Pamplona. 2026.

123 p. 17 cm x 24 cm

ISBN (Digital): 978-628-7937-01-7

© Universidad de Pamplona
© Sello Editorial Unipamplona
Sede Principal Pamplona, Km 1 Vía Bucaramanga-
Ciudad Universitaria. Norte de Santander, Colombia.
www.unipamplona.edu.co
Teléfono: 6075685303

ABECÉ de la comunicación digital: Diccionario ilustrado

Mónica Liliana Rodríguez Támara

ISBN (Digital): 978-628-7937-01-7
DOI: <https://doi.org/10.24054/xj4yef26>
Primera edición abril de 2026
Colección Artes

© Sello Editorial Unipamplona
Rector: Ivaldo Torres Chávez Ph.D
Vicerrector de Investigaciones: Aldo Pardo García Ph.D

Jefe Sello Editorial Unipamplona: Catherine Mojica Acevedo
Corrección de estilo: Gerly Lissette Corzo Ramírez
Diseño y diagramación: Laura Angelica Buitrago Quintero

Todas las ilustraciones son originales de la autora.

Hecho el depósito que establece la ley. Todos los derechos reservados.
Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio, sin permiso del editor.



ABECÉ de la comunicación digital: Diccionario ilustrado

Mónica Liliana Rodríguez Támara

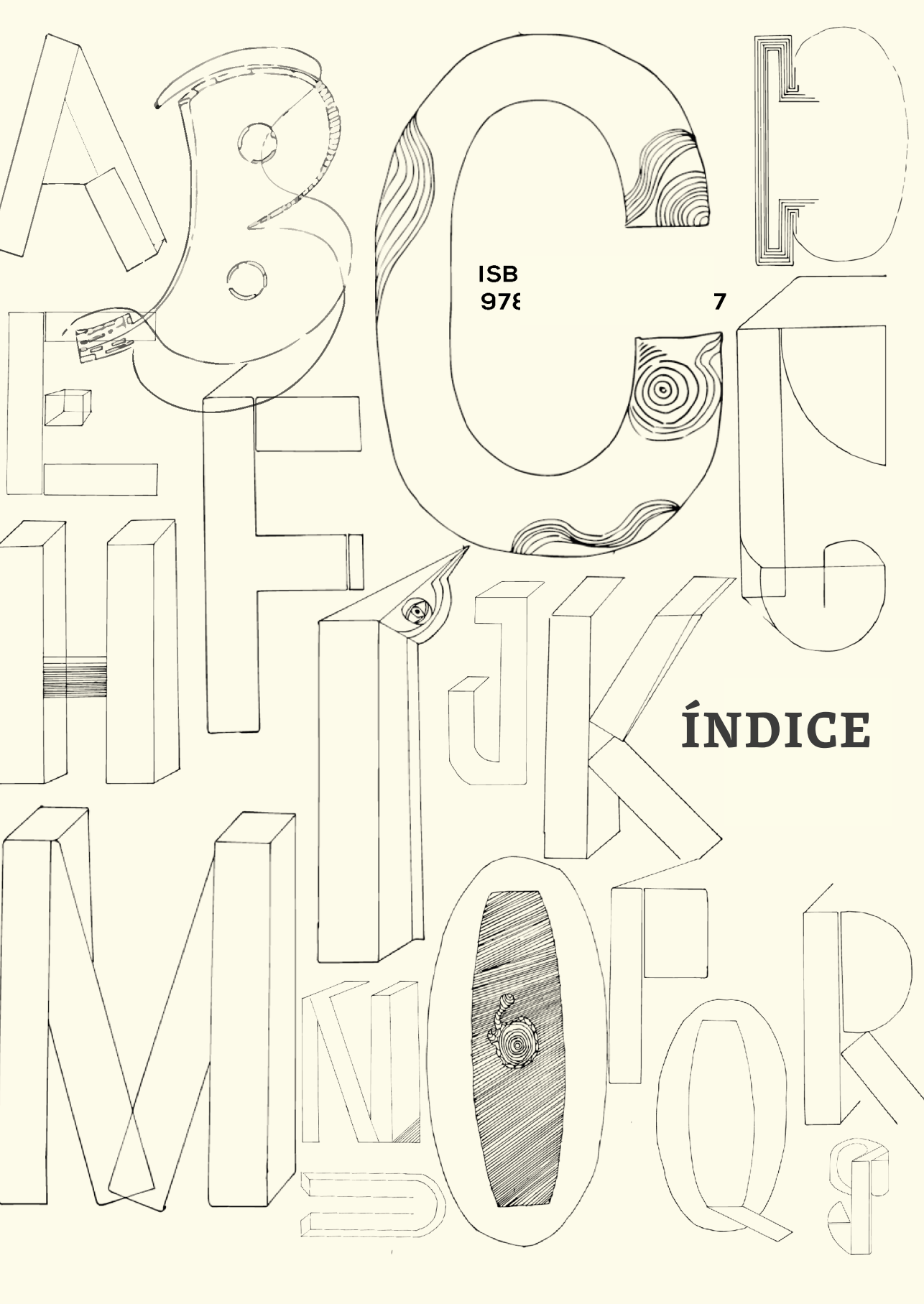


UNIVERSIDAD
DE PAMPLONA



Vicerrectoría de
INVESTIGACIONES
UNIPAMPLONA

“Formando nuevas generaciones con
sello de excelencia comprometidos
con la transformación social de las
regiones y un país en paz”



ISBN
978

7

ÍNDICE

	RESUMEN.....	11
	ABSTRACT	13
	PRÓLOGO.....	15

A	19	J	60	S	96
B	24	K	63	T	101
C	29	L	66	U	105
D	35	M	70	V	108
E	39	N	76	W	112
F	44	O	80	X	116
G	48	P	84	Y	119
H	52	Q	89	Z	122
I	56	R	92		

	EPÍLOGO	125
	REFERENCIAS	127
	PERFIL	131

Transido, salomónico, decente,
Ululaba; compuesto, caviloso, cadavérico, perjuro,
Iba, tornaba, respondía; osaba,
Fatídico, escarlata, irresistible.

En sociedad. En vidrio, en polvo, en hulla,
marchóse, vaciló, en hablando en oro; fulguró,
Volteó, en acatamiento;
en terciopelo, en llanto, replegóse.

¿Recordar? ¿Insistir? ¿ir? ¿Perdonar?
Ceñudo, acabaría
recostado, áspero, atónito, mural;
Meditaba estamparse, confundirse, fenecer.

Inacatablemente, impunemente,
Negramente, husmeará, comprenderá;
Vestieráse oralmente;
Inciertamente irá, acobardaráse, olvidará.

CÉSAR VALLEJO

*A mi mamá
por enseñarme el abecedario,
y sembrar en mi la semilla de la lectura
y la escritura.*

A B C
D H M I E
F K G Y
U V J N O L Z
T W P Q
X R S

RESUMEN

Abecé de la comunicación digital: Diccionario Ilustrado es una obra que explora los matices entre la etimología de las palabras, el lenguaje de las narrativas digitales, la poética y la imagen, desde la perspectiva de la ilustración. Su finalidad es reinterpretar el lenguaje digital dentro del territorio estético minimalista. El universo virtual está plagado de ruido y matices, pero detrás de ello, hay un gran esqueleto que mantiene de pie todo el engranaje: el código y la imagen.

Este abecé, como muchos de los que podemos encontrar en otros libros, es un guía. Una guía entre el código (raíz de los conceptos) y la imagen (ilustraciones). Propone al lector/a una lectura un poco más humana y cercana, sin desviarse de su propósito académico.

El resultado de este libro desafía la rigidez de los formatos de diccionarios tradicionales, facilitando una herramienta pedagógica para docentes, estudiantes y profesionales de las áreas de la comunicación social, la publicidad y afines que buscan comprender la comunicación digital desde una dimensión más profunda y visual.

Palabras clave: Comunicación digital, diccionario, ilustración, sensibilidad estética, etimología.



ABSTRACT

Abecé de la Comunicación Digital: Illustrated Dictionary is a work that explores the nuances between the etymology of words, the language of digital narratives, poetics, and image, from the perspective of illustration. Its purpose is to reinterpret digital language within a minimalist aesthetic territory. The virtual universe is full of noise and nuances, but behind it all, there is a great skeleton that keeps the whole mechanism standing: the code and the image.

This *abecé*, like many others we can find in different books, is a guide. A guide between the code (the root of concepts) and the image (illustrations). It offers the reader a more human and closer reading, without straying from its academic purpose.

The result of this book challenges the rigidity of traditional dictionary formats, providing a pedagogical tool for teachers, students, and professionals in the fields of social communication, advertising, and related areas who seek to understand digital communication from a deeper and more visual dimension.

Keywords: digital communication, dictionary, illustration, aesthetic sensitivity, etymology.

T P E A G

K Ñ H L S

F O M Z

V J

C U D R Y

I W X B N

PRÓLOGO

Los diccionarios son aburridos, ¿verdad? éste en particular, intenta no serlo, buscamos que el lector sobreviva a esa lectura o a esa ojeada –que es lo que generalmente sucede con los diccionarios convencionales–, y lo invita a contemplar los matices de las raíces de cada palabra, y de las formas que nos ofrece el lenguaje textual, pero también el mundo del lenguaje, que nos ofrece el arte a través de las imágenes ilustradas. La unión entre dos pulsos vitales: el deseo de comprender la comunicación digital como territorio en transformación constante, y la necesidad de traducir ese entendimiento en una experiencia estética, pedagógica y sensible.

Este libro, no pretende definirlo todo. Más bien, quiere activar. Activar preguntas, miradas, curiosidades. “Abecé de la comunicación, diccionario ilustrado” se fundamenta en un amplio marco teórico, que está sujeto a la monografía de investigación “Una mirada hacia el ha(ser) del comunicador social en las nuevas narrativas digitales” y hace mención a autores como Carlos Scolari, Nubia Almirón y Jesús Martín-Barbero.

Este diccionario es, entonces, una pieza de mediación pedagógico-creativa. Cada palabra fue seleccionada con intención tras observar las narrativas que habitan nuestras pantallas, nuestras aulas y nuestras formas de decir. El libro viene acompañado de una serie de ilustraciones que le añaden creatividad al campo intelectual, y así, ofrecerle al lector la oportunidad de leer conceptos complejos del ecosistema digital, de manera accesible, visual y reflexiva.

La palabra y la imagen no compiten: dialogan. En un mundo saturado de datos y definiciones, este libro apuesta por los símbolos. Por los conceptos que se abren en vez de cerrarse. Por la metáfora como forma de conocimiento. Por eso no es sólo un diccionario: es un mapa en construcción, una bitácora de viaje, una caja de herramientas para desaprender y volver a imaginar.

No hay un proceso metodológico dentro del libro, sino una proyección de estéticas más sensibles y accesibles para con el lector, aun así, cuenta con el rigor de la investigación académica. El propósito del libro es apelar más a la sensibilidad y no tanto a la técnica o al intelecto. La academia carece -muchas veces de sensibilidad- las ilustraciones buscan traer esa sensibilidad estética.

El primer diccionario de la historia data del 600 A.C, en Mesopotamia, y la mayoría sigue teniendo el mismo formato; con este libro, buscamos crear algo que ayude a despertar el interés y la curiosidad de las nuevas generaciones por los diccionarios, que generalmente son considerados aburridos.



A B C É

La unión entre la ilustración y el formato diccionario constituye innovación metodológica y editorial dentro del campo académico. Integra contenidos académicos con diseño visual, creando una experiencia de aprendizaje multisensorial. Además, contribuye a la formación crítica del comunicador social, periodista, diseñador gráfico, publicista y fomenta el pensamiento visual, que se adapta a los nuevos lenguajes de aprendizaje de la generación digital.

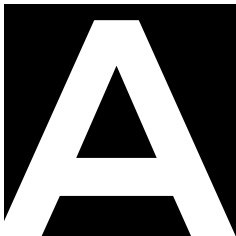
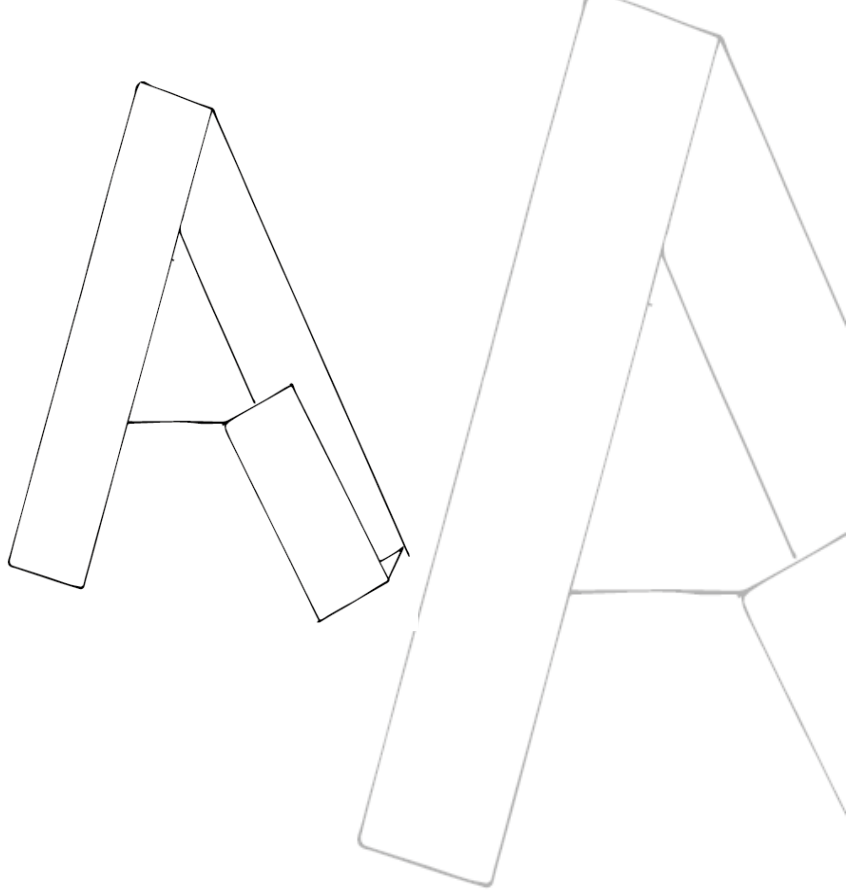
Ahora bien, estos profesionales están llamados no solo a adaptarse a las herramientas digitales, sino también a liderar la construcción de espacios que promuevan el pensamiento crítico, el intercambio significativo y la creatividad.

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 no solo se dominen herramientas digitales, sino que también se comprenda los efectos de la interconexión cultural, las estéticas gráficas y de la imagen; 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 se manejen y seleccionen términos, formas e imágenes que favorezcan el entendimiento rápido, sin sacrificar la profundidad y relevancia del mensaje.

En un mundo en constante digitalización, estos profesionales se posicionan como un puente esencial entre las plataformas digitales y las comunidades. La monografía que esta entrelazada con este libro, destaca la evolución del rol de estos profesionales -enfocándose en los comunicadores sociales- 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.



AI (Artificial Intelligence): amalgama de códigos y algoritmos que busca emular procesos cognitivos humanos. Se erige como el coloso contemporáneo, tejido con la esencia de la lógica y la capacidad de aprendizaje. Proviene del latín “intellegentia” (inteligencia) y “artificium” (arte), revelando su esencia como la fusión artística de la inteligencia creada.

ADSence: programa que permite a los administradores de sitios web, creadores de contenido en plataformas como YouTube, Facebook, Instagram, Tik-Tok, etc. Obtener ingresos mediante la publicación de anuncios.

Animación: manifestación visual que otorga vida a la inmovilidad, es la maestría de dar movimiento a las imágenes estáticas. De la palabra latina “anima” (alma). Ilustra la esencia de infundir vida en lo inanimado, convirtiendo trazos en un ballet efímero de formas y colores.

Algoritmo: secuencia lógica y finita de instrucciones que resuelve un problema o realiza una tarea específica, es como una receta de cocina que te dice exactamente qué hacer para lograr un resultado deseado, pero en el mundo de la computación. Sus raíces provienen del nombre del matemático persa del siglo IX, Al-Jwarizmi. Su nombre se latinizó como “Algoritmi”. Al-Jwarizmi contribuyó significativamente al desarrollo de la aritmética y el álgebra, y sus trabajos fueron traducidos al latín durante la Edad Media. La palabra “algoritmo” se deriva de la latinización de su nombre.

Alfabeto: sistema de escritura que descompone el lenguaje en unidades discretas, es el marco estructural de la comunicación escrita. Derivado del griego “alpha” y “beta”; su etimología refleja la naturaleza fundamental y ordenada de este sistema, donde cada letra es una piedra angular de la construcción lingüística.

AIDA: sigilosa melodía que guía a los estrategas de marketing en un encantador baile hacia la consecución de sus objetivos: atracción, interés, deseo y acción. Una secuencia encantadora que despierta el interés del público y lo seduce hacia la acción deseada.

Alcance: la medida del vasto territorio digital que puede ser explorado por una campaña, mensaje o contenido. Es el alcance de una mano extendida hacia las estrellas, buscando tocar corazones y mentes en los rincones más lejanos de la red.

Actualización de estado: ritual digital de renovación, donde los usuarios comparten los capítulos más recientes de sus vidas, pintando con palabras y emojis los lienzos de su día a día para que sus seres queridos se sumerjan en sus mundos virtuales.

Avatar: la representación digital de uno mismo, un alter ego cibernético que personifica nuestras identidades en el vasto universo de internet. Es la máscara tras la cual exploramos, nos comunicamos y creamos conexiones en la red.

Alertas de Google: vigilantes digitales que patrullan los confines de la web en busca de las más mínimas señales de interés para sus usuarios. Son los heraldos que susurran al oído las novedades que demandan atención en el vasto océano de información.

Administradores de contenido (CMS): guardianes de la biblioteca digital, encargados de organizar, gestionar y distribuir el tesoro de información que nutre los sitios web y aplicaciones. Son los maestros de la armonía digital, cuidando cada palabra, imagen y vídeo que danzan en la pantalla.

Alcance orgánico: el dulce fruto del interés y la relevancia, que permite que nuestros mensajes se propaguen como semillas llevadas por el viento digital. Es el crecimiento natural, el florecimiento espontáneo de nuestras ideas en el jardín de la red.

Arquitectura web: los cimientos invisibles sobre los cuales se erige el vasto paisaje de internet. Es la planificación meticulosa, el diseño estructural que da forma y orden a la maraña de páginas y servicios que pueblan la red.

Atención al cliente: en el ámbito empresarial, la atención al cliente es el proceso mediante el cual una empresa responde a las consultas, quejas o necesidades de sus clientes de manera eficiente y satisfactoria. Es un aspecto crucial para la retención de clientes y la reputación de la marca en el mercado. La palabra “atención” proviene del latín “attentio”, que significa “acto de aplicar la mente a algo”. “Cliente”, por otro lado, deriva del latín “cliens”, que originalmente se refería a una persona que se acercaba a un patrono en busca de protección.

Analítica web: proceso de recolección, análisis y visualización de datos relacionados con la actividad de los usuarios en un sitio web. Utilizando herramientas y técnicas específicas, los analistas

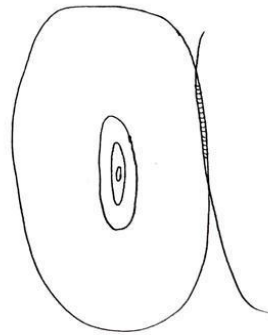
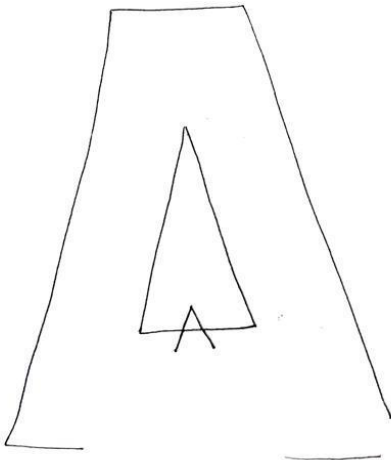
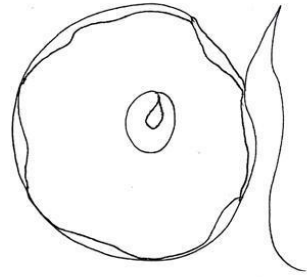
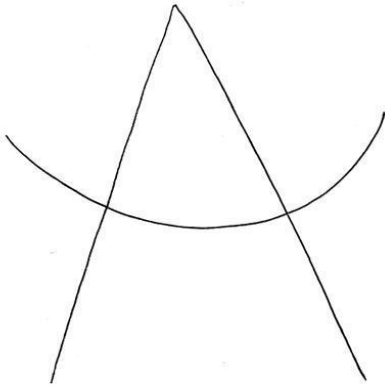
web pueden obtener información valiosa sobre el rendimiento del sitio, el comportamiento del usuario y las tendencias del mercado. El término “analítica” proviene del griego “analutikos”, que significa “capaz de analizar o descomponer”. “Web”, por supuesto, hace referencia a la World Wide Web.

Anchor text: en el contexto de la hipertextualidad, el anchor text es el texto visible en un enlace de hipertexto. Es la palabra o frase que el usuario puede hacer clic para acceder a otro recurso en línea, ya sea dentro del mismo sitio web o en una ubicación externa en la web. “Anchor text” es una expresión en inglés que se compone de “anchor” (ancla) y “text” (texto).

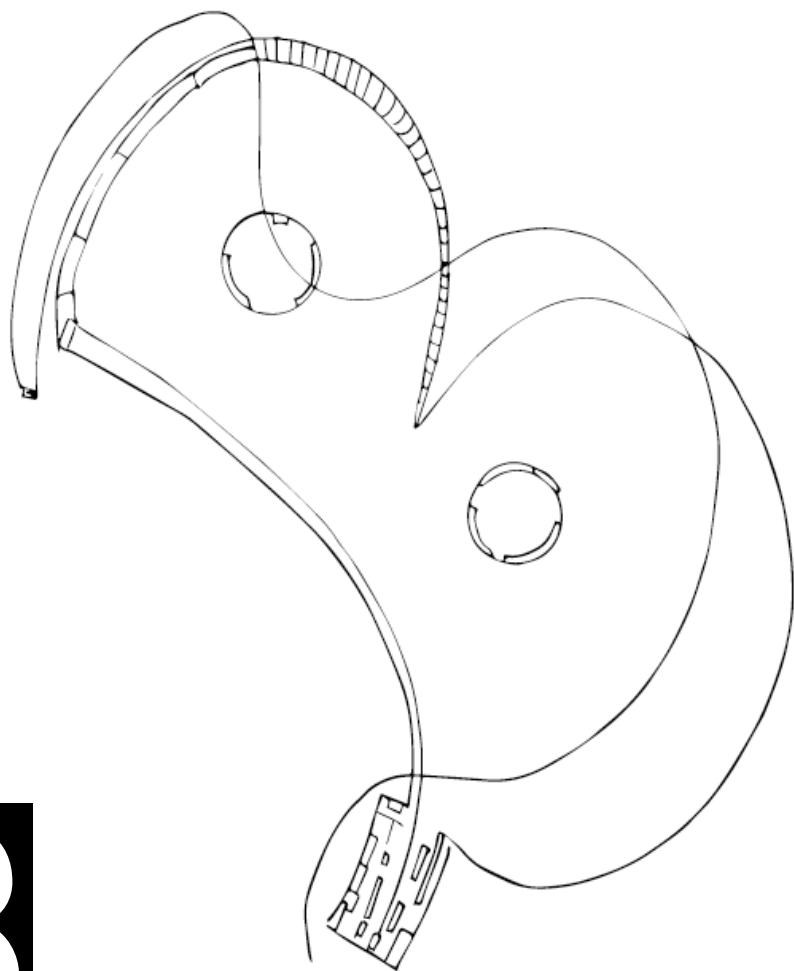
API (Interfaz de Programación de Aplicaciones): es un conjunto de reglas y protocolos que permite que diferentes aplicaciones informáticas se comuniquen entre sí. Facilita la interacción y el intercambio de datos entre sistemas heterogéneos, lo que permite el desarrollo de software más complejo y la integración de servicios externos. El término “API” proviene del inglés “Application Programming Interface”. “Application” hace referencia a una aplicación informática o software, “Programming” se refiere a la programación de computadoras, e “Interface” denota la parte de un sistema que interactúa con otros sistemas.

APP (aplicación): programa informático diseñado para realizar una tarea específica, generalmente en dispositivos móviles como teléfonos inteligentes o tabletas. Puede ser desde una simple herramienta de productividad hasta un complejo juego de realidad aumentada, desarrollado utilizando diferentes tecnologías y lenguajes de programación. La palabra “app” es una abreviatura de “application” en inglés, que significa “aplicación” en español. Su uso se popularizó con la llegada de los smartphones y la proliferación de software diseñado específicamente para estos dispositivos.

Figura 1
Letra A del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Blog: sitio web que presenta entradas de contenido cronológicamente inverso, donde un autor o grupo de autores comparten sus ideas, opiniones o información sobre un tema específico. Los *blogs* han evolucionado desde simples diarios personales hasta plataformas poderosas para la comunicación, la educación y el marketing en línea. La palabra “blog” es una abreviatura de “weblog”, que a su vez proviene de la combinación de “web” y “log” (registro en inglés). El término “weblog” fue acuñado por Jorn Barger en 1997 para describir los sitios web donde él compartía enlaces y pensamientos en una especie de diario en línea.

Branding: construcción y gestión de la identidad de una marca. Incluye la creación de elementos visuales como logotipos, colores y tipografías, así como la construcción de una narrativa coherente que busca transmitir los valores y la personalidad de la marca. La palabra “brand” tiene raíces germánicas y nórdicas que se refieren a la acción de quemar o marcar, una práctica antigua para distinguir la propiedad.

B2B (Business to Business): transacciones comerciales entre empresas. En el ámbito del diseño y la publicidad, las estrategias B2B se centran en llegar a otras empresas como clientes o colaboradores. Refleja la naturaleza directa de las interacciones entre empresas.

B2C (Business to Consumer): sendero donde los negocios se encuentran con los corazones y mentes de los consumidores, el B2C es como el río que fluye desde los vendedores hacia las orillas de los compradores. Sus aguas llevan las transacciones, las interacciones y los deseos transformados en productos y servicios.

Backlink: en el vasto tejido de la web, un *backlink* es como un hilo que conecta dos puntos en el universo digital. Es el eco de una página en la voz de otra, un enlace que señala el camino de regreso al origen. Su nombre se compone de “back”, que significa “atrás” o “retorno”, y “link”, que evoca la unión entre dos nodos en el ciberespacio.

Big Data: océano digital donde fluyen torrentes de datos, cada uno una gota en el vasto mar del conocimiento. Su nombre, *Big Data*, es un reflejo de su inmensidad y poder, donde “big” denota grandeza y “data” es el alma misma de la información.

Blog Post: en el vasto jardín de la internet, un blog post es como una flor que despliega sus pétalos para ser admirada por los ojos curiosos. Es la crónica digital que cuenta historias, comparte conocimientos y despierta emociones. Su etimología fusiona “blog”, el diario digital, con “post”, el acto de colocar algo en un lugar visible, formando así un punto de encuentro entre autor y lector.

Blog roll: en el mundo de los blogs, un *blog roll* es como una lista de amigos en una fiesta interminable. Es la ventana que muestra los lazos entre creadores de contenido, una red de conexiones que teje una tela de araña digital. Su nombre surge de la combinación de “blog”, la plataforma de expresión personal en línea, y “roll”, que evoca la idea de una lista en continuo despliegue.

Bot: autómatas que recorren los pasillos de la red, ejecutando tareas y respondiendo preguntas con eficiencia mecánica. Es el ayudante virtual, el guardián de la información, y a veces, el compañero de conversación. Su nombre proviene de “robot”, la criatura mecánica que habita en el reino de la ciencia ficción, ahora materializada en la red.

Buyer persona: en el mundo del marketing, una *buyer persona* es como una máscara que revela los secretos del consumidor ideal. Es el retrato detallado de aquellos que buscan productos y servicios, una representación imaginaria que guía las estrategias comerciales. Su nombre se compone de “buyer”, el comprador, y “persona”, la representación de un individuo, formando así un vínculo entre el mercado y la persona.

Brief: documento que resume los objetivos, alcance y requisitos de un proyecto. En diseño y publicidad, el *brief* proporciona una guía esencial para la creación, asegurando que todas las partes estén alineadas en cuanto a expectativas. Es un mapa que marca el camino hacia la creación exitosa. Contiene la información clave que define el propósito y la visión del proyecto. Deriva del antiguo francés “brief,” que significa “corto” o “conciso.”

Balance: distribución equitativa de elementos visuales en un diseño. En diseño gráfico y comunicaciones visuales, el balance asegura una composición estéticamente agradable y funcional. Viene del latín “bilanx,” que significa “con dos platillos,” reflejando la idea de equilibrio y peso igual.

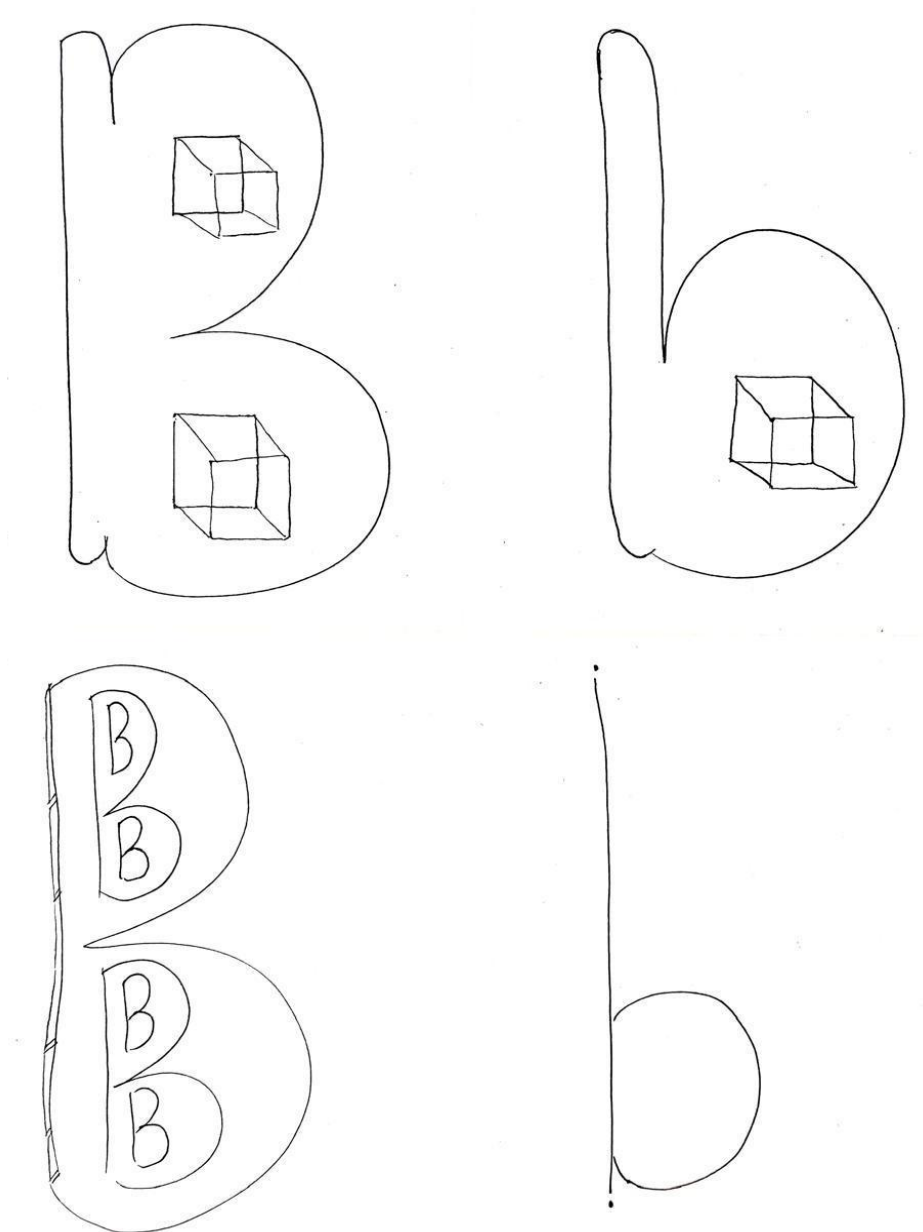
Bold: estilo tipográfico caracterizado por letras gruesas y fuertes. En diseño gráfico y comunicación visual, el uso de texto en negrita se emplea para destacar información importante y crear

énfasis. Proviene del antiguo inglés “*bald*,” que significa “audaz” o “valiente,” reflejando la naturaleza distintiva y destacada de este estilo tipográfico.

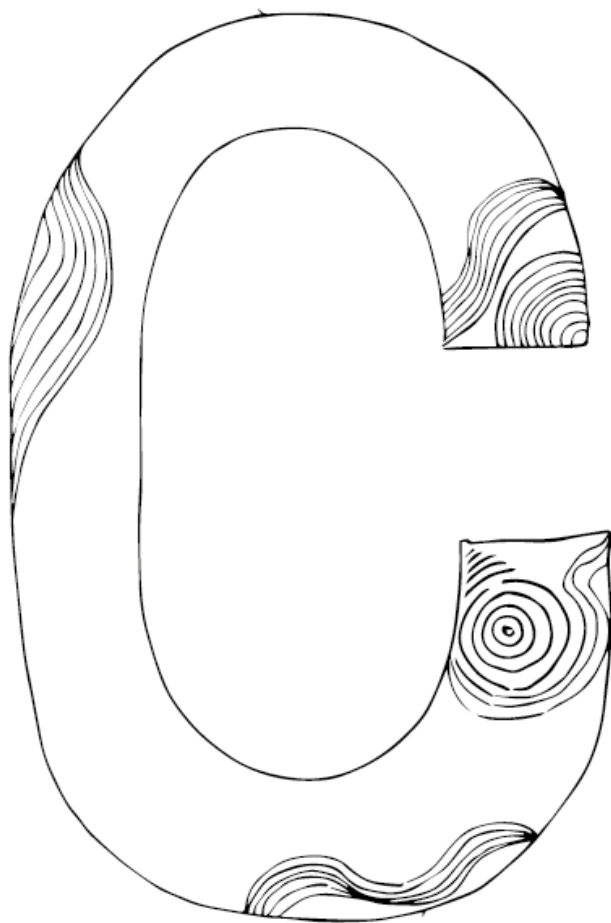
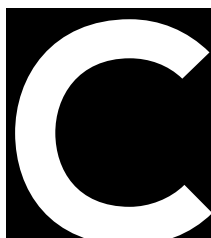
Banner: elemento gráfico diseñado para atraer la atención del usuario y dirigirlo hacia una determinada acción o destino en la web. Su presencia se remonta a los albores de la publicidad en línea, cuando los primeros navegadores comenzaron a mostrar imágenes estáticas o animadas para promocionar productos y servicios. El término “banner” tiene sus raíces en el inglés antiguo “*bannan*”, que significa “hacer señal” o “mostrar”.

Figura 2

Letra B del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Colorimetría: meticuloso estudio que desentraña la naturaleza del color, es el análisis preciso de la luz fragmentada en su paleta infinita. Originada en el latín “color” y el griego “metron” (medida), se desdobra como la ciencia que mide y desglosa la esencia cromática, desvelando la riqueza en cada matiz.

Caligrafía: danza de la tinta que transforma palabras en estilos, es la expresión tangible de la belleza a través de la escritura. Surgiendo del griego “kalos” (bello) y “grapho” (escribir), se convierte en el arte de trazar letras con elegancia, transformando la página en una partitura visual.

Click to call: funcionalidad en línea que permite a los usuarios hacer clic en un enlace o botón en un sitio web o aplicación móvil para iniciar una llamada telefónica directamente desde su dispositivo, sin necesidad de marcar manualmente el número.

Cookie: pequeño archivo de texto que los sitios web guardan en el navegador del usuario para almacenar información sobre su actividad en línea. Esta información puede incluir preferencias de navegación, datos de inicio de sesión, historial de visitas y otros detalles relevantes para mejorar la experiencia del usuario y personalizar el contenido. El término “cookie” proviene del inglés “cookie”, que a su vez deriva del neerlandés “koekie”, que significa “galleta”. En el contexto de la informática, se utiliza la analogía de una “galleta” para describir este pequeño archivo de datos que se guarda en el navegador del usuario.

Call To Action (CTA): en el marketing y la publicidad, un “call to action” es un elemento diseñado para incitar a la audiencia a realizar una acción específica, como hacer clic en un enlace, completar un formulario o realizar una compra. Es una técnica persuasiva que busca generar una respuesta inmediata y medible por parte del usuario.

Chat: sistema que permite la interacción en tiempo real entre dos o más usuarios a través de mensajes de texto. Puede tomar la forma de aplicaciones de mensajería instantánea, salas de chat en línea o sistemas de mensajería integrados en sitios web y plataformas sociales. La palabra “chat” se originó en la década de 1400 como una onomatopeya que imita el sonido de los gatos que maúllan. Con el tiempo, el término se adoptó para describir conversaciones informales o charlas entre personas. En el contexto digital, “chat” se refiere a la comunicación textual en tiempo real a través de dispositivos electrónicos.

Click: acción de presionar y liberar un botón del ratón u otro dispositivo de entrada, generalmente utilizado para seleccionar un elemento en la pantalla de una computadora o dispositivo electrónico. Se popularizó en la década de 1940 con la proliferación

de dispositivos de interfaz de usuario que requerían este tipo de interacción.

Click Map: técnica utilizada para representar terrenos o paisajes de forma eficiente mediante una serie de mapas de textura a diferentes niveles de detalle. La palabra “clipmap” combina “clip” (recorte) y “map” (mapa), haciendo referencia a la técnica de recorte y mapeo de texturas utilizada en su implementación.

Cobranding: estrategia que consiste en la colaboración entre dos o más marcas para crear y comercializar un producto o servicio conjunto, aprovechando la combinación de sus respectivas fortalezas y recursos. La palabra “cobranding” combina “co-” (junto con) y “branding” (gestión de marca), reflejando la idea de colaboración entre marcas para fortalecer su presencia y posicionamiento en el mercado.

Comercio social: integración de funciones de compra y venta en plataformas de redes sociales, permitiendo a los usuarios descubrir, compartir y adquirir productos directamente desde sus perfiles o feeds de noticias.

Community manager: profesional encargado de gestionar y moderar la presencia de una marca o empresa en las redes sociales y otros espacios de la comunidad en línea. Su objetivo es construir relaciones sólidas con los seguidores, fomentar la participación y promover la lealtad a la marca. La expresión “community manager” combina “community” (comunidad) y “manager” (gestor), reflejando el papel del profesional como administrador y líder de una comunidad en línea.

Contenido de valor: tesoro escondido en el mar de información en línea, es como una perla que emerge de las profundidades para iluminar el camino de aquellos que la encuentran. Son piezas de información, entretenimiento o inspiración que tienen un impacto positivo en la audiencia y contribuyen a alcanzar los objetivos de marketing de una marca o empresa. Puede incluir artículos educativos, videos motivacionales, infografías informativas y mucho más.

Contenido líquido: metáfora utilizada en el marketing de contenidos para describir la naturaleza fluida y adaptable del material en línea. Se refiere a la capacidad del contenido para adaptarse a diferentes plataformas, formatos y audiencias, manteniendo su relevancia y efectividad en un entorno digital en constante cambio.

Content manager system (CMS): aplicación de software que permite crear, editar, gestionar y publicar contenido en línea de manera colaborativa y eficiente. Proporciona una interfaz intuitiva y herramientas de gestión de contenido que facilitan la creación y mantenimiento de sitios web, blogs y otros recursos digitales.

Copy: texto utilizado para persuadir, informar o entretener a la audiencia con el objetivo de promocionar un producto, servicio o idea. Es una herramienta poderosa que utiliza palabras cuidadosamente seleccionadas para influir en las percepciones y acciones de los consumidores. La palabra “copy” proviene del inglés y se utiliza en el contexto del marketing y la publicidad para referirse al texto que acompaña a una campaña o anuncio. Se deriva del término “copywriting”, que se refiere al proceso de escribir y crear contenido persuasivo con fines comerciales.

CPC (Cost Per Click): modelo de precios utilizado en la publicidad en línea, donde los anunciantes pagan una tarifa cada vez que un usuario hace clic en su anuncio. Es una métrica importante para medir el rendimiento y la eficacia de las campañas publicitarias en internet. El término “CPC” proviene del inglés “Cost Per Click”, que se traduce como “Costo Por Clic”. Surgió con el advenimiento de la publicidad en línea y la necesidad de establecer un método de pago basado en la interacción del usuario con los anuncios.

CPA (Cost Per Acquisition): traduce como “Costo Por Adquisición”. Modelo de precios utilizado en la publicidad en línea, donde los anunciantes pagan una tarifa por cada cliente potencial que realiza una acción específica, como una compra, registro o descarga.

CPL (Cost Per Lead): proviene del inglés “Cost Per Lead”, que se traduce como “Costo Por Cliente Potencial”. Es un modelo de precios utilizado en la publicidad en línea, donde los anunciantes pagan una tarifa por cada cliente potencial que proporciona información de contacto o muestra interés en su producto o servicio.

CPM (Cost Per Mille): métrica en publicidad digital que indica el costo de mil impresiones de un anuncio. Se calcula dividiendo el costo total de la campaña publicitaria por el número de impresiones, multiplicado por mil. Su etimología proviene del inglés “Cost Per Mille”.

CRO (Conversion Rate Optimization): proceso sistemático de aumentar el porcentaje de visitantes a un sitio web que completan una acción deseada, como llenar un formulario o realizar una compra. Su etimología proviene del inglés “Conversion Rate Optimization”.

CSS (Cascading Style Sheets): lenguaje de hojas de estilo utilizado para describir la presentación de un documento escrito en HTML o XML, incluyendo colores, fuentes y diseño.

CTR (Click-Through Rate): una métrica utilizada en marketing digital para medir el ratio de clics que reciben los enlaces respecto a su número de impresiones.

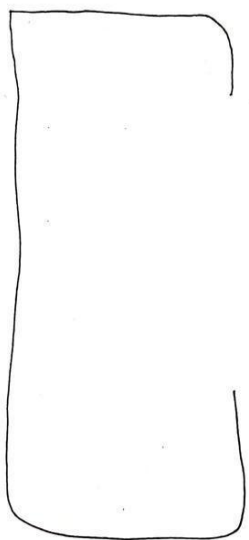
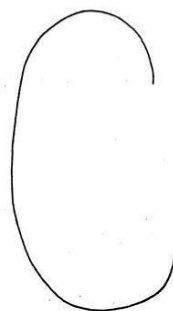
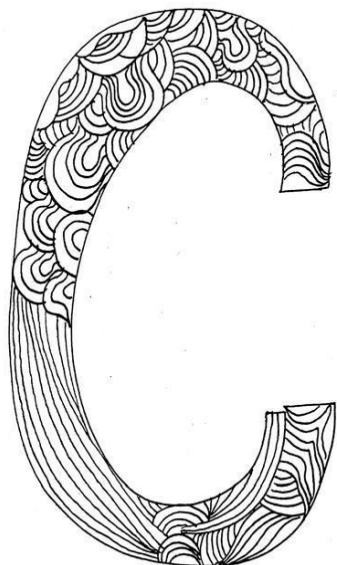
Curación: proceso de recopilar, organizar y compartir contenido relevante y valioso para un público específico. Su etimología proviene del latín “curatio” (cuidado) y “contentus” (contenido).

Caché: forma de almacenamiento temporal de datos que permite un acceso rápido a información previamente consultada. Su etimología proviene del francés “caché” (escondido).

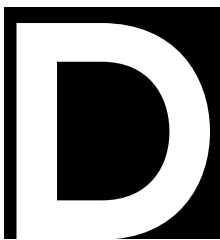
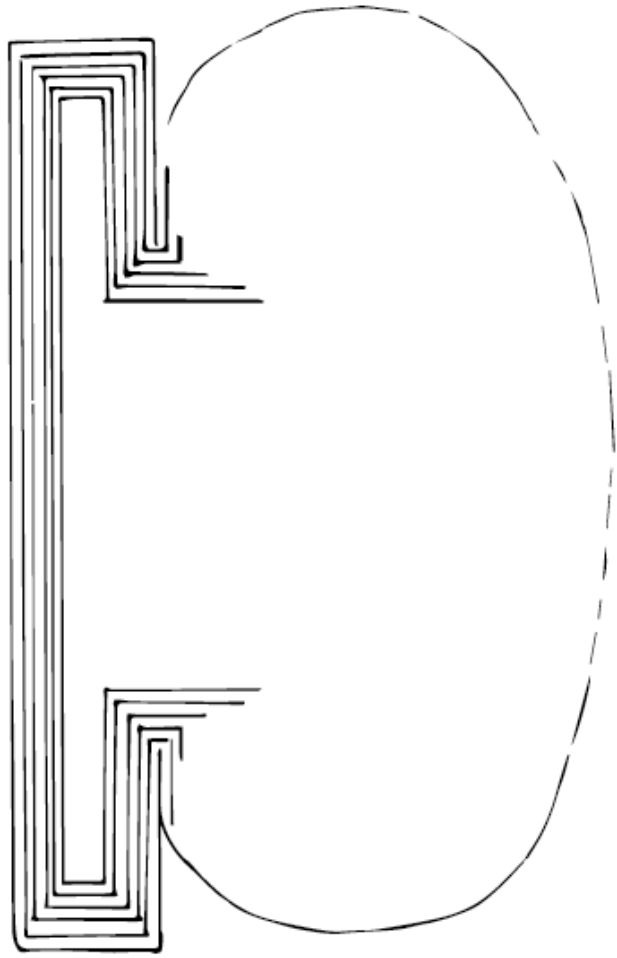
Campaña: conjunto de actividades coordinadas y planificadas para lograr un objetivo específico, generalmente de marketing o publicidad. Su etimología viene del italiano “campagna” (campo), asociado con el latín “campus”.

Figura 3

Letra C del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Data: conocimiento codificado, el ADN de la información que fluye en la corriente digital. Su esencia, una danza de bits y bytes que esculpen el tejido mismo de la realidad. Originado en el latín “datum” (lo que se da), revela su propósito de ser la base sobre la cual se construye la comprensión.

Dominio: es el nombre que le das a tu sitio web, como una dirección única en internet que la gente puede usar para encontrarte, como “www.tusitio.com”. Su etimología proviene del inglés “domain” (dominio) del latín “dominium”, y “authority” del latín “auctoritas”.

Disciplinas: senderos trazados por la búsqueda del dominio, son los caminos que convergen en el altar del conocimiento. Con raíces en el latín “disciplina” (enseñanza), revela la esencia formativa y educativa de los campos de estudio y práctica.

David Consuegra (1939-2004): diseñador gráfico, editor e ilustrador Colombiano, Arquitecto de la estética, un alquimista visual que tejía paletas de significados con su pincel de diseño. Su legado es el susurro gráfico que despierta, conjugando formas y colores en un ballet que trasciende lo efímero. Consuegra mantuvo la libre oscilación de su inteligencia, la ilustración y la tipografía fueron de sus juegos más serios.

DM (Direct Message): mensaje privado enviado directamente entre usuarios en plataformas de redes sociales o aplicaciones de mensajería, sin ser visible para otros usuarios.

Degradado: paleta de sombras que transforma la luz en una sinfonía de matices, es el artista que juega con la transición suave entre opuestos. Su origen, del latín “degradare” (descender), expresa la suave decadencia de una tonalidad a otra, como el sol que cede su luz al crepúsculo.

Diagrama: cartógrafo del pensamiento, es el mapa que guía a través de la complejidad, revelando conexiones y estructuras ocultas. Desde el griego “diagramma” (marca o modelo), se erige como la representación visual que esclarece, una herramienta que traduce la abstracción en la claridad gráfica.

Descuento: reducción en el precio original de un producto o servicio, utilizada como estrategia de marketing para incentivar las ventas y atraer a los consumidores. Su etimología proviene del latín “descomputare” (descontar).

Dashboard: panel de control digital que proporciona una visualización consolidada de datos clave y métricas de rendimiento, permitiendo una monitorización y análisis eficiente. Su Etimología proviene del inglés “dashboard”, originalmente un tablero en un carruaje para proteger del barro (“dash”) y más tarde un panel de instrumentos en un vehículo.

Directorio: web base de datos en línea organizada jerárquicamente que permite la localización y categorización de sitios web, facilitando el acceso a información específica. Su etimología proviene del latín “dirigere” (dirigir) y “orium” (lugar).

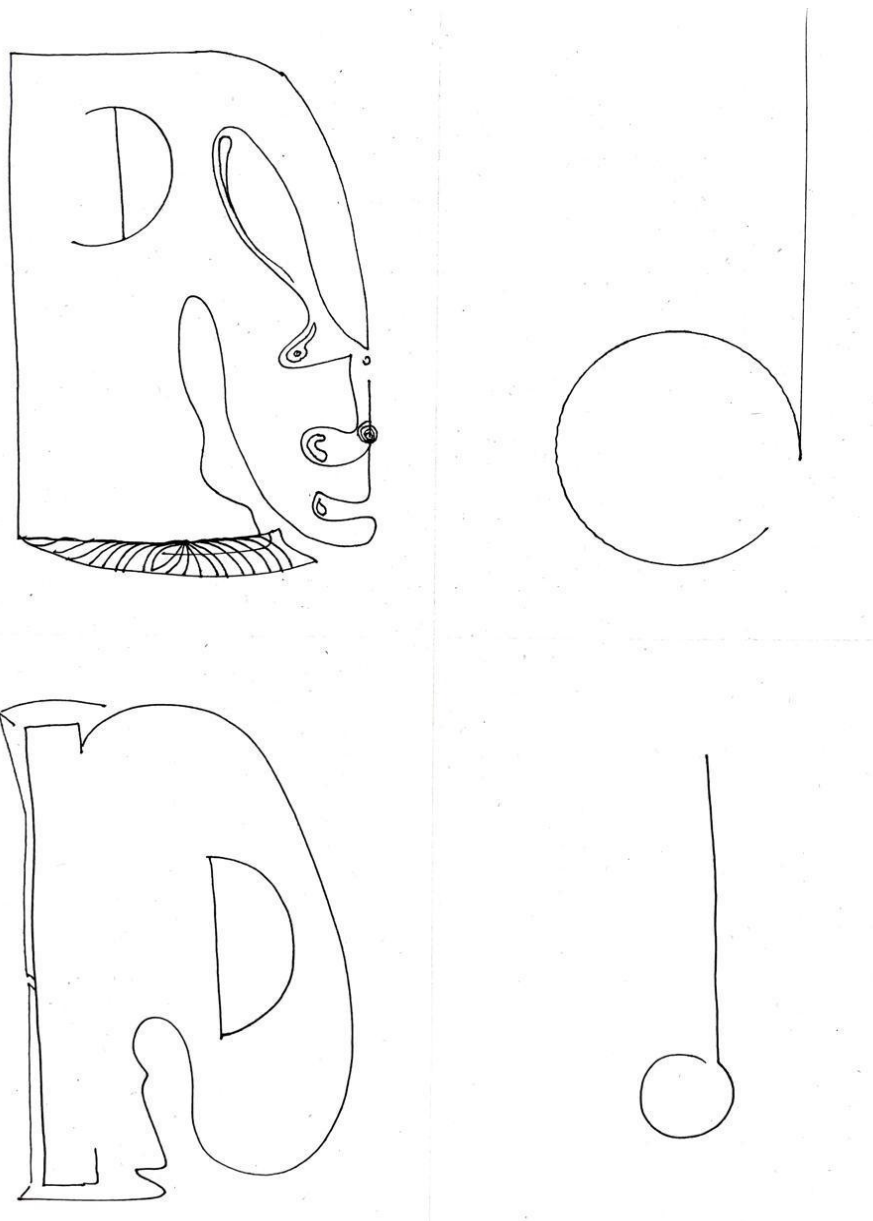
Docs: abreviatura de “documents” en inglés, refiere a archivos de texto o documentos electrónicos utilizados para la creación, edición y almacenamiento de información escrita. Su etimología proviene del latín “documentum” (ejemplo, prueba).

Drive: sistema de almacenamiento de datos, generalmente en forma de disco duro o unidad de estado sólido, utilizado para guardar y acceder a información digital. Su etimología proviene del inglés “drive” (conducir), relacionado con la función de acceso y gestión de datos.

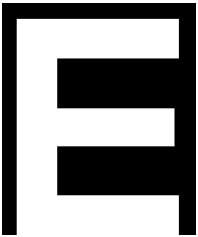
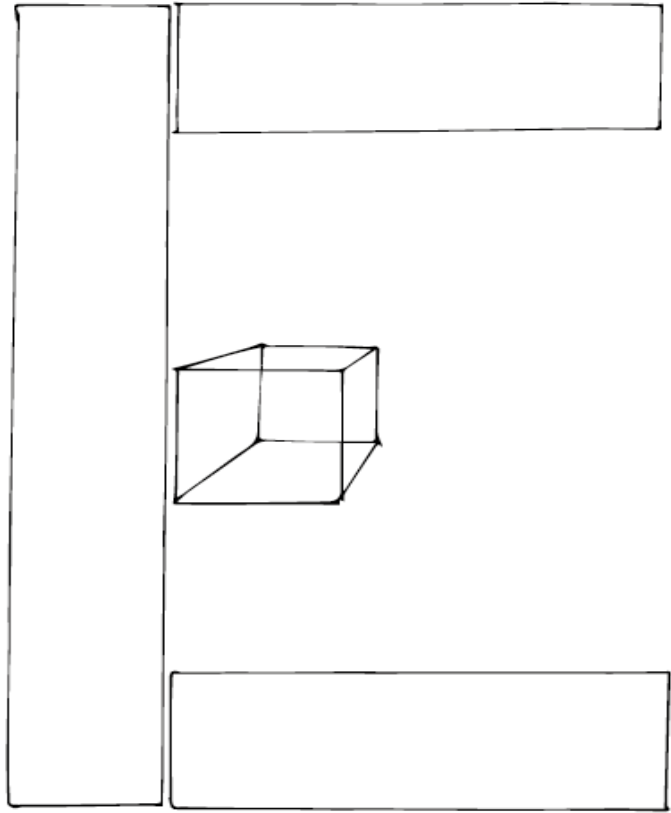
Dummy: término utilizado para referirse a un modelo o ejemplo simplificado, a menudo empleado en pruebas y demostraciones. Su etimología proviene del inglés “dummy” (muñeco de prueba), de “dumb” (mudo).

Figura 4

Letra D del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Estrategia: ciencia de planificar y dirigir operaciones para alcanzar un objetivo específico. Como un general que traza líneas tácticas en el campo de batalla, la estrategia es la coreografía maestra que guía a través de los desafíos. Proviene del griego “strategia”, que significa “el arte del general”, combinando “stratos” (ejército) y “ago” (liderar).

Estilo: expresión distintiva y personal en la forma de hacer algo. Como un sello único en cada creación, el estilo es la firma del creador en el lienzo de la vida. Su etimología proviene del latín “stilus”, que originalmente se refería a un instrumento de escritura, pero evolucionó para abrazar la individualidad en la expresión.

Efectividad: capacidad de producir el resultado deseado. Como la lluvia que nutre la tierra sedienta, la efectividad es el poder transformador en la acción. Su etimología se vincula con el latín “effectivus”, que significa “efectivo” o “activo”.

Estructura: disposición y organización de elementos para formar un todo coherente. Como los cimientos que sostienen un edificio majestuoso, la estructura es la columna vertebral que da forma y propósito. Su origen se encuentra en el latín “structura”, que significa “construcción” u “organización”; es el armazón que mantiene todo en su lugar.

Engagement: grado de interacción y participación que los usuarios tienen con el contenido en plataformas digitales, medido a través de métricas como comentarios, likes, compartidos y tiempo de visualización. Su etimología proviene del inglés “engage” (involucrar, comprometer) y el sufijo “-ment” (acción o resultado).

Enlace: referencia en un documento de hipertexto a otro documento o recurso, que permite la navegación entre diferentes ubicaciones dentro de la web. Su etimología proviene del latín “in-” (hacia dentro) y “ligare” (atar, unir).

E-Business: administración de cualquier tipo de negocio a través de medios electrónicos, principalmente internet, abarcando comercio, servicios, y operaciones empresariales. Su etimología proviene del inglés “electronic business”, donde “electronic” proviene del griego “ēlektron” (ámbar, generador de electricidad) y “business” del inglés antiguo “bisignis” (ocupación).

Ebooks: libros digitales que pueden ser leídos en dispositivos electrónicos, tales como lectores de ebooks, tablets y computadoras. Su etimología proviene del inglés “electronic books”, donde “electronic” proviene del griego “ēlektron” y “books” del inglés antiguo “boc” (libro).

E-commerce: proceso de compra y venta de productos y servicios a través de internet, abarcando transacciones comerciales y financieras electrónicas. Su etimología proviene del inglés “electronic commerce”, donde “electronic” proviene del griego “ēlektron” y “commerce” del latín “commercium” (comercio).

EdgeRank: algoritmo utilizado por Facebook para determinar qué contenido se muestra en el feed de noticias de los usuarios, basado en la afinidad, el peso del contenido y el tiempo de decaimiento. Su etimología proviene del inglés “edge” (borde) y “rank” (rango).

Email marketing: estrategia de marketing digital que utiliza el correo electrónico para enviar mensajes comerciales a un grupo de personas, con el objetivo de promover productos o servicios. *Etimología:* Del inglés “email” (correo electrónico) y “marketing” (mercadotecnia).

Embajadores: individuos que representan y promueven una marca, producto o servicio, generalmente a través de su influencia y presencia en redes sociales o en la comunidad. *Etimología:* Del latín “ambactus” (sirviente, embajador).

Embudo de conversión: modelo que describe el proceso de convertir prospectos en clientes, dividido en etapas que guían al usuario desde el conocimiento del producto hasta la compra. *Etimología:* Del latín “infundibulum” (embudo) y “convertere” (convertir).

Emoji: pequeñas imágenes o iconos utilizados en la comunicación digital para expresar emociones, ideas o conceptos de manera visual. *Etimología:* Del japonés “e” (imagen) y “moji” (carácter).

Encriptación proceso de convertir información en un código para prevenir el acceso no autorizado, asegurando la confidencialidad

y seguridad de los datos. *Etimología:* Del griego “en-” (dentro) y “kryptos” (oculto).

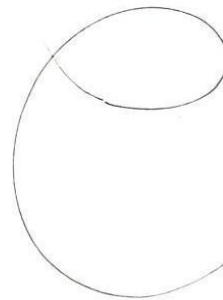
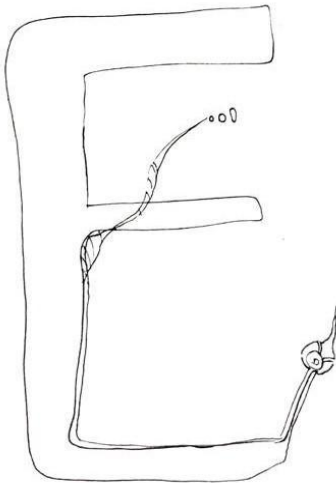
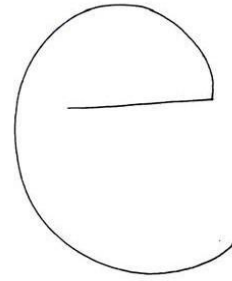
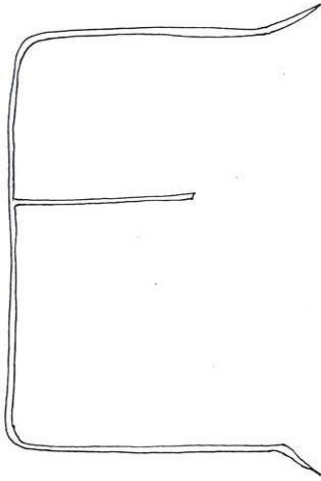
Enlace entrantes: vínculos desde otros sitios web que apuntan a un sitio web específico, influyendo en su autoridad y posicionamiento en motores de búsqueda. *Etimología:* Del latín “in-” (hacia dentro) y “ligare” (atar, unir).

Enlaces internos: hipervínculos dentro de un mismo dominio que conectan diferentes páginas del mismo sitio web, facilitando la navegación y mejorando la estructura de la información para los motores de búsqueda. *Etimología:* Del latín “in-” (dentro) y “ligare” (atar, unir).

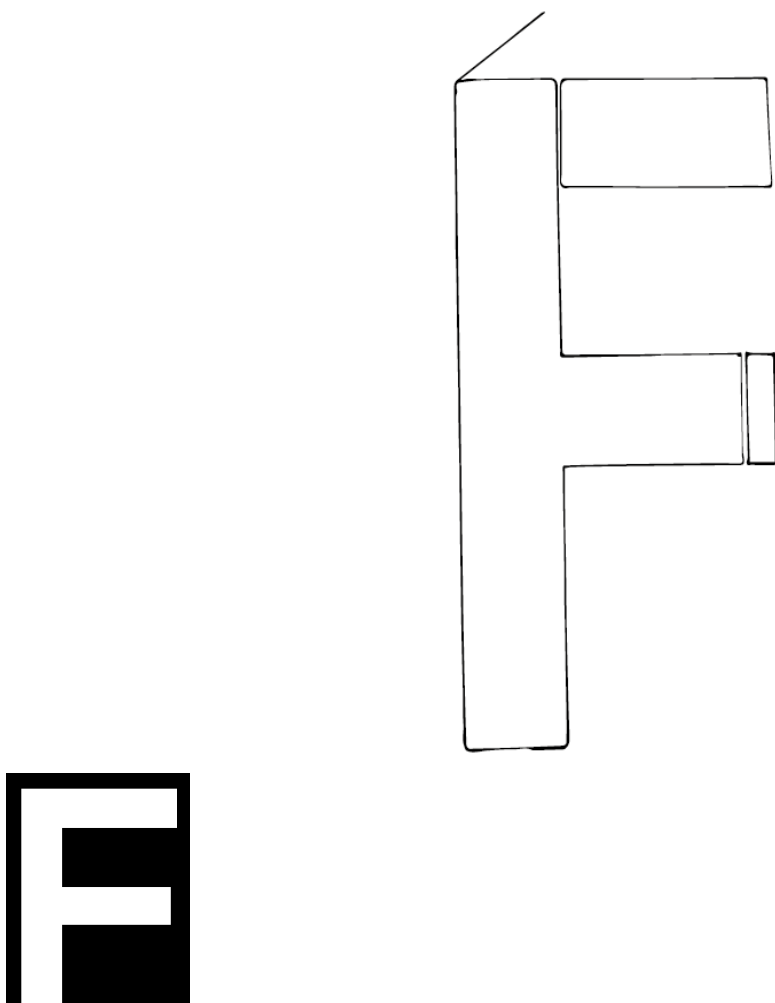
Enlaces: salientes Hipervínculos en un sitio web que dirigen a los usuarios a páginas de otros dominios, proporcionando referencias externas y enriqueciendo el contenido con información adicional. *Etimología:* Del latín “ex-” (fuera) y “ligare” (atar, unir).

Error 404: código de estado HTTP que indica que el servidor no puede encontrar la página solicitada. Este error ocurre cuando la URL no existe en el servidor o ha sido eliminada.

Figura 5
Letra E del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Fuente: materia prima, tiene rebasamiento, balance, y contraste dentro del manantial tipográfico que fluye con letras y caracteres. Es la paleta del diseñador, la selección de formas que pinta el lienzo de la comunicación visual. Del latín “fons”, la fuente es la musa.

Feed: Inicio personalizada de información en línea. Puedes verlo como tu dosis diaria de actualizaciones, ya sea en redes sociales, blogs o noticias. La palabra “feed” en este contexto proviene del inglés y tiene sus raíces en el verbo “to feed”, que significa alimentar o suministrar. En el ámbito digital, la idea es que se te suministra continuamente información nueva para “alimentar” tu necesidad de contenido actualizado.

Flyer: sustantivo masculino (en inglés): Flyer, la hoja voladora que es un paseo visual. Es la invitación que baila en el viento, el cómplice que lleva el mensaje a través del espacio. En el mundo del diseño, el flyer es el ala ligera que transporta ideas y promesas.

Figura: silueta que da forma y sustancia. Es la escultura del espacio, la presencia que domina el lienzo. Del latín “figura”, es la geometría que cobra vida, el elemento visual que captura miradas y despierta sensaciones.

FTP (File Transfer Protocol): protocolo de red estándar utilizado para transferir archivos entre un cliente y un servidor en una red de computadoras. Facilita la carga y descarga de archivos de forma segura y eficiente.

Front - End: la parte de un sitio web o aplicación que interactúa directamente con el usuario, incluidas las interfaces gráficas y el diseño. Se desarrolla con tecnologías como HTML, CSS y JavaScript.

Freemium: modelo de negocio en el que se ofrece una versión básica de un producto o servicio de forma gratuita, mientras que las características avanzadas o adicionales están disponibles a través de una suscripción paga. Su etimología proviene del inglés “free” (gratis) y “premium” (de alta calidad).

Facebook: plataforma de redes sociales creada en 2004 que permite a los usuarios conectarse, compartir contenido y comunicarse. Es una de las redes sociales más grandes y populares del mundo.

Facebook Insights: herramienta de análisis proporcionada por Facebook que permite a los administradores de páginas ver estadísticas detalladas sobre la interacción de los usuarios, el alcance de las publicaciones y el rendimiento general de la página.

Facebook Ecommerce: la utilización de Facebook como plataforma para la venta de productos y servicios, incluyendo la creación de tiendas en línea dentro de la red social y la promoción de productos a través de anuncios y publicaciones.

FQA (Frequently Asked Questions): sección de un sitio web o documento que proporciona respuestas a las preguntas más

comunes que los usuarios puedan tener sobre un tema específico, producto o servicio.

Feedrss(ReallySimpleSyndication): formato para la distribución y el intercambio de contenido web actualizado regularmente, permitiendo a los usuarios suscribirse a actualizaciones de sus sitios web favoritos.

Feedback: información proporcionada por los usuarios sobre su experiencia con un producto, servicio o contenido, utilizada para mejorar y ajustar futuras ofertas.

Fidelización: proceso de crear y mantener la lealtad de los clientes hacia una marca, producto o servicio, mediante estrategias que fomentan la repetición de compras y la preferencia continua. Su etimología proviene del latín “fidelis” (fiel).

Follow: acción de suscribirse a las actualizaciones de un usuario o página en una red social, para recibir sus publicaciones y contenido en tu feed.

Followback: práctica de seguir de vuelta a alguien que te ha seguido en una red social, creando una conexión mutua.

Follower: usuario que se ha suscrito a las actualizaciones y publicaciones de otro usuario o página en una red social.

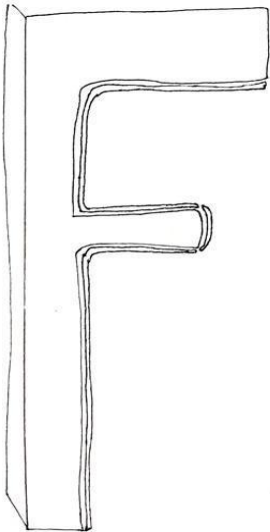
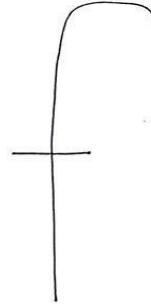
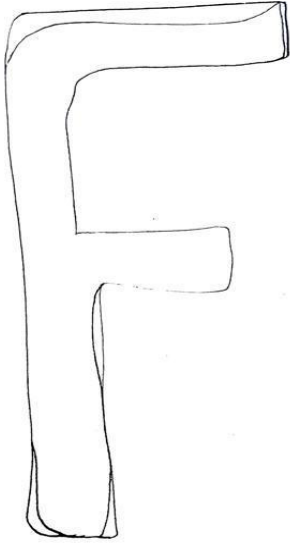
Following: lista de usuarios o páginas que un usuario ha decidido seguir en una red social, recibiendo así sus actualizaciones y contenido.

Footer: sección inferior de una página web que generalmente contiene información adicional, enlaces importantes, y a menudo el pie de página legal y de derechos de autor.

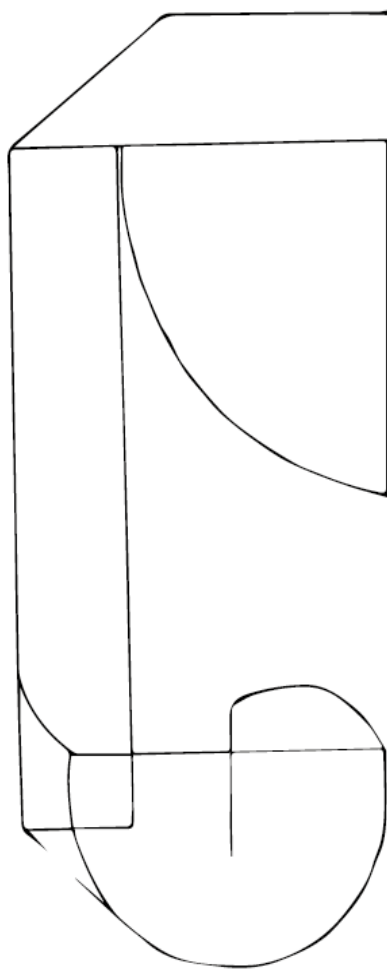
Foto de perfil: imagen que representa visualmente a un usuario en una red social o plataforma digital, utilizada como identificación principal en su perfil. *Etimología:* Del griego “photos” (luz) y del latín “profilum” (contorno).

Figura 6

Letra F del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Geometría: alfabeto secreto del universo visual. Es la ciencia que da forma y orden a las líneas y formas, como un arquitecto invisible que diseña el tejido del espacio. Es una coreografía de las matemáticas que da forma a nuestro mundo y nos ayuda a entender la disposición de las cosas a nuestro alrededor. Del griego “geo” (tierra) y “metron” (medida), la geometría es la poesía de las proporciones y simetrías.

Gráfico: síntesis visual que revela información de manera clara y concisa. Es la paleta del diseñador que fusiona colores y líneas para contar historias sin palabras. Proviene del griego “grapho”, que significa “escribir” o “dibujar”, y en el universo del diseño, cada gráfico es una narrativa visual.

Gestión: coreografía maestra que dirige los hilos del proceso creativo. Como un director de orquesta, la gestión es la batuta que guía a los talentos individuales hacia la sinfonía del éxito. Del latín “gestio”, es la danza organizada que transforma ideas en resultados.

Glocalidad combina los términos, globalización y localización. Adaptación de productos, servicios o mensajes para satisfacer las necesidades y expectativas locales, al tiempo que mantienen una presencia global. Tiene un alcance mundial pero también tiene un toque local, adaptándose a las particularidades de diferentes lugares.

Gif [(siglas en inglés de Graphics Interchange Format) (Pronunciado “yif”]): pequeña ventana de animación que captura instantes efímeros. Es el haiku visual que se repite en un formato de archivo de imagen que admite animación. Fue introducido por CompuServe en 1987. Son mini videos que se repiten una y otra vez, perfectos para expresar emociones, reacciones o simplemente para compartir algo divertido.

Geolocalización: identificación de la ubicación geográfica de un objeto, persona o dispositivo mediante el uso de coordenadas GPS u otros métodos de localización. Su etimología proviene del griego “geo” (tierra) y el latín “locare” (colocar).

Gestor de reputación online: profesional o herramienta que supervisa, influye y mejora la percepción pública de una persona, marca o empresa en internet.

GIF (Graphics Interchange Format): formato de imagen digital que admite animaciones y gráficos de hasta 256 colores, ampliamente utilizado en la web.

Gmail: servicio de correo electrónico basado en web, desarrollado por Google, que ofrece almacenamiento masivo y acceso rápido a los mensajes.

Google Analytics: herramienta de análisis web proporcionada por Google que permite a los propietarios de sitios web entender y optimizar el tráfico y comportamiento de los usuarios.

Google bot: programa automatizado de Google que explora y analiza el contenido de los sitios web para indexarlos en el motor de búsqueda de Google.

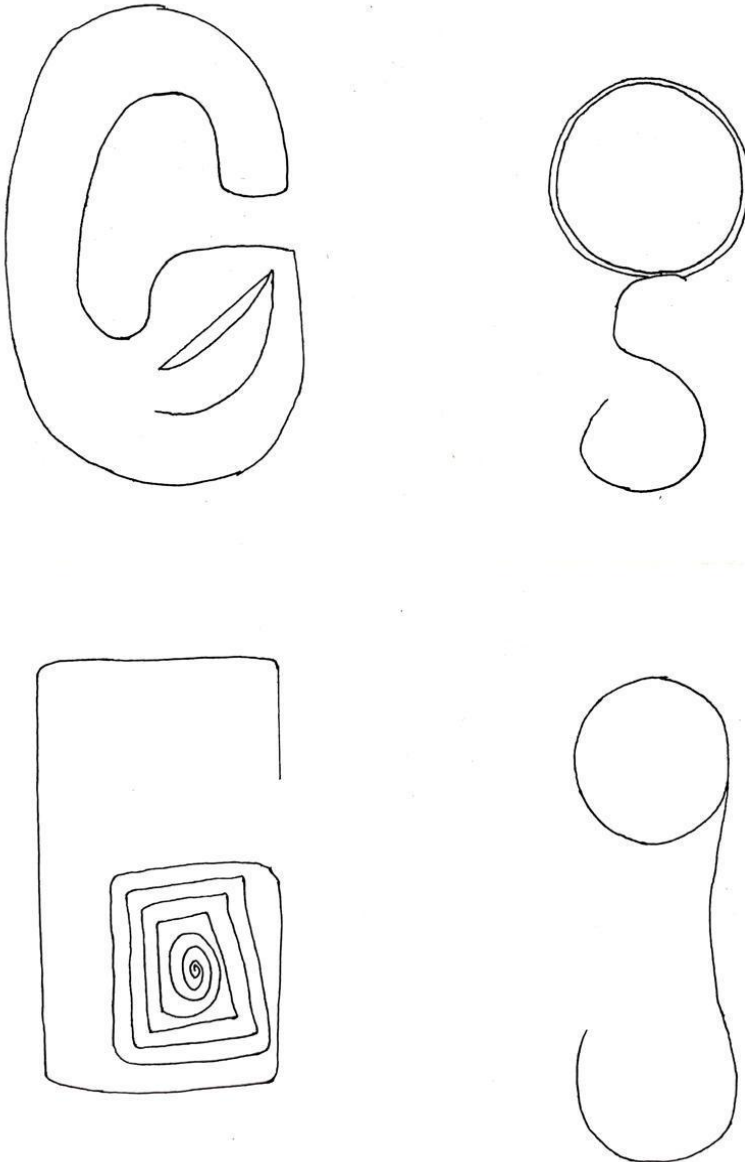
Granja de enlaces: grupo de sitios web que se interconectan entre sí con el propósito de mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda, una práctica generalmente penalizada por los algoritmos de búsqueda.

Gravatar: servicio que permite a los usuarios tener una imagen de perfil global que se muestra en diferentes sitios web y blogs cada vez que comentan o participan en línea. Su etimología es una contracción de “Globally Recognized Avatar” (avatar globalmente reconocido).

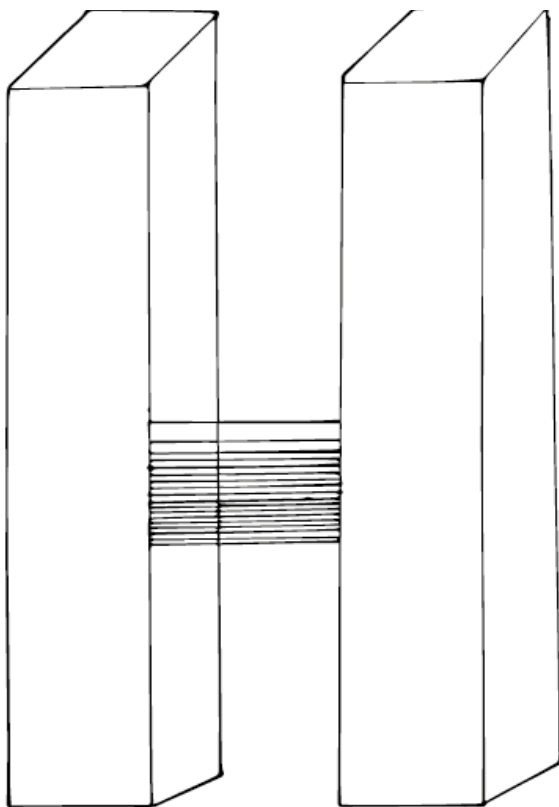
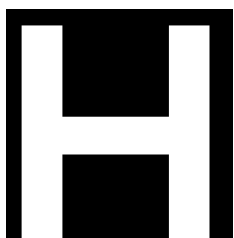
Growth: estrategias creativas y de bajo costo utilizadas para ayudar a las empresas a adquirir y retener clientes de manera rápida y efectiva. Su etimología proviene del inglés “growth” (crecimiento) y “hacking” (uso ingenioso de técnicas).

Guest: práctica de escribir y publicar artículos en el blog de otra persona o empresa para alcanzar un nuevo público y mejorar la visibilidad y reputación en línea.

Figura 7
Letra G del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



HTTP (siglas en inglés de “Hypertext Transfer Protocol”): en español, “Protocolo de Transferencia de Hipertexto) utiliza la transmisión de información en la World Wide Web. HTTP define cómo se envían y reciben los mensajes entre el navegador del usuario y el servidor web. Está basado en un modelo cliente-servidor, donde el cliente hace solicitudes y el servidor responde con los recursos solicitados. Es el lenguaje silencioso que permite la danza digital entre servidores y navegadores.

H2H (siglas en inglés de “Human to Human”): conexión humana que trasciende las máquinas. Es el puente invisible entre corazones y mentes en el paisaje digital. El H2H es la esencia que infunde vida a la tecnología, recordándonos que detrás de cada pantalla hay una historia, una emoción, un ser humano.

Hashtag: marcapasos del lenguaje digital. Cadena de caracteres precedida por el símbolo “#” (almohadilla) que se utiliza en redes sociales para etiquetar y categorizar contenido. Esta convención permite a los usuarios buscar y agrupar publicaciones relacionadas con un tema específico. Su etimología se encuentra en el símbolo “#” y su uso para etiquetar temas en redes sociales.

Hipertexto: red de enlaces que entrelaza pensamientos y conceptos, como un jardín mental donde cada palabra es una puerta a otro universo. Es la tela que teje conexiones infinitas, ampliando los horizontes de la información. Proviene de las palabras griegas “hiper” (más allá) y “texto”, marcando una evolución en la narrativa digital.

Hipervínculo: elemento en un documento digital que permite a los usuarios navegar a otro documento o a una sección específica del mismo documento al hacer clic sobre él. Los hipervínculos son fundamentales para la navegación en la web, facilitando la conexión entre diferentes recursos y contenidos. Su etimología proviene del griego “hyper” (sobre, más allá) y del latín “vinculum” (lazo, enlace).

Hard- edge: movimiento pictórico de la pintura abstracta, enmarcada por contornos nítidos o pinturas de borde duro, claros y definidos, no difusos se diferencia de la abstracción geométrica europea por su rechazo al geometrismo dogmático y al expresionismo abstracto americano por la oposición a su gestualidad.

Hangout: plataforma de comunicación desarrollada por Google, que permite la realización de videollamadas, chats y transmisiones en vivo. Es utilizada tanto para interacciones personales como profesionales.

Hit: en el contexto de internet, un “hit” se refiere a una solicitud individual de un archivo desde un servidor web. Es una medida básica de tráfico en un sitio web.

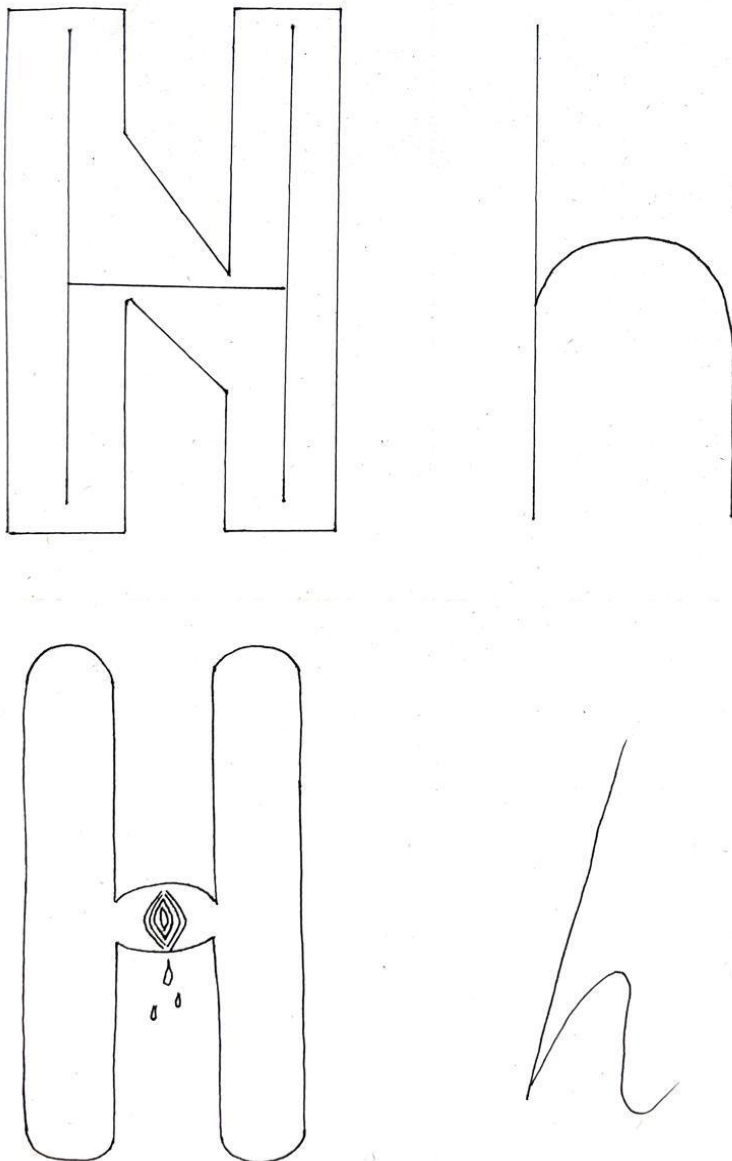
Homepage: la página principal de un sitio web, a menudo diseñada para servir como la primera página que los usuarios ven y navegan. Contiene enlaces a otras secciones del sitio. Su etimología proviene del inglés “home” (hogar) y “page” (página).

Hosting: el servicio de almacenamiento y gestión de archivos de un sitio web en servidores, permitiendo su accesibilidad en internet. Es fundamental para que un sitio web esté disponible en la red. Su etimología proviene del inglés “host” (anfitrión) y el sufijo “-ing” (acción o proceso).

Hotspot: un área que ofrece acceso a internet a través de una conexión inalámbrica, generalmente mediante tecnología Wi-Fi. Comúnmente encontrada en lugares públicos.

HTML (HyperText Markup Language): lenguaje estándar utilizado para crear y estructurar contenido en la web. Define la estructura y el formato de las páginas web mediante etiquetas.

Figura 8
Letra H del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)

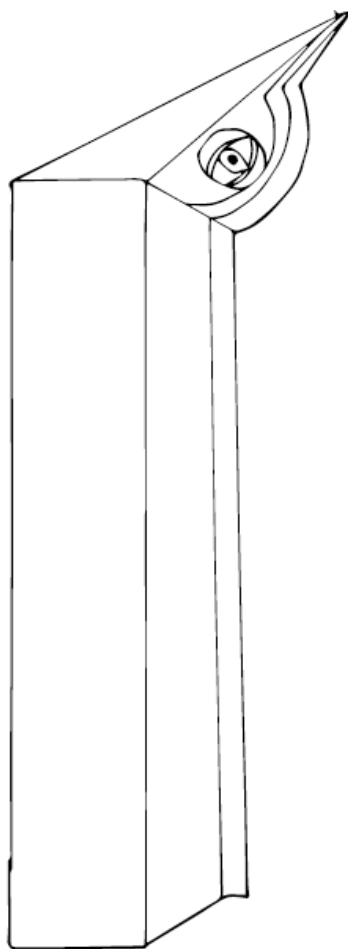
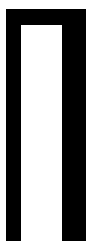


Imagen: manifestación visual que comunica y evoca. Es la representación gráfica que captura la esencia de un concepto, una fusión de colores y formas que despiertan emociones y transmiten mensajes. Proviene del latín “imago”, que significa “representación” o “figura”. La imagen es el puente entre la idea abstracta y la percepción tangible.

Investigación: proceso metódico y sistemático de indagación para adquirir conocimiento y comprensión. Es el viaje intelectual que desentraña verdades ocultas, como un aventurero que descubre tesoros en el vasto territorio del saber. Su origen se encuentra en el latín “investigatio”, que significa “búsqueda” o “indagación”. La investigación es el fundamento que sustenta la creatividad.

Itálica: estilo tipográfico que añade una inclinación elegante a las letras. Es la cursiva que imprime dinamismo y sofisticación al texto, una evolución que se remonta a la antigua Roma. Este término proviene de la influencia de la imprenta italiana en el Renacimiento, destacando su legado en el mundo de la tipografía.

IP (Internet Protocol): Un conjunto de reglas que rigen la forma en que los datos se envían y reciben a través de una red de Internet. Cada dispositivo conectado a una red debe tener una dirección IP única para identificarse y comunicarse efectivamente.

Ilustración: arte de expresar ideas a través de imágenes. Es la narrativa visual que cobra vida con trazos y colores, una danza poética en el lienzo. Su origen está en el latín “illustratio”, que significa “iluminación” o “clarificación”. En diseño, la ilustración es la voz gráfica que enriquece y embellece la comunicación.

Instrucción: transmisión de conocimiento y guía en el aprendizaje. Es el proceso formativo que dirige y moldea habilidades. Su raíz proviene del latín “instructio”, que significa “enseñanza” o “preparación”. Instrucción es el camino que transforma aprendices en maestros.

Iconografía: estudio y diseño de símbolos e imágenes representativas. Es el alfabeto visual que comunica significados a través de iconos. Proviene del griego “eikon” (imagen) y “grapho” (escribir). Iconografía es el vocabulario gráfico que trasciende barreras lingüísticas y culturales

Impresiones: número de veces que un anuncio o contenido digital es mostrado en una pantalla de usuario, independientemente de si fue visto o interactuado. Es una métrica utilizada para medir la exposición y el alcance de las campañas publicitarias en línea.

Inbound Marketing: estrategia de marketing que se centra en atraer a los clientes mediante la creación de contenido valioso y experiencias personalizadas, diseñadas para atraer y involucrar a los consumidores en lugar de interrumpirlos con publicidad

tradicional. Su etimología proviene del inglés “inbound” (entrante) y “marketing” (mercadeo).

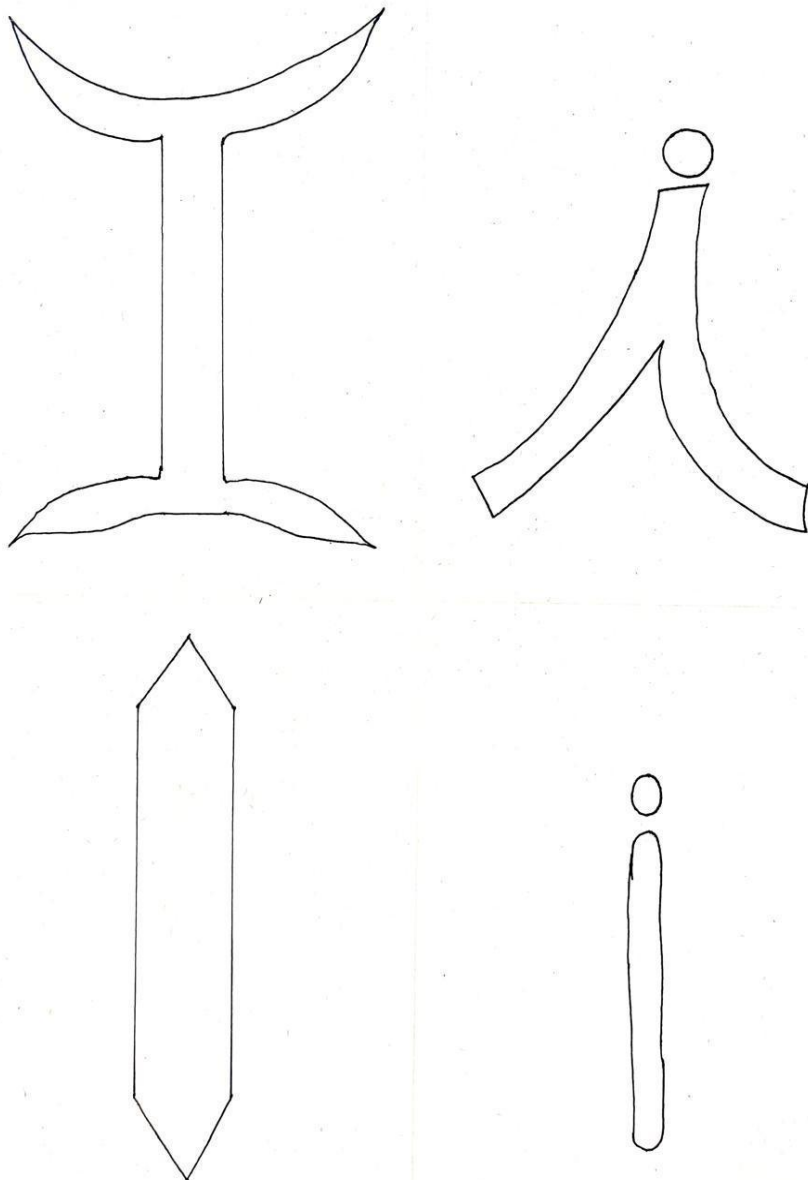
Influencer: persona que tiene la capacidad de influir en las decisiones de compra de otros debido a su autoridad, conocimiento, posición o relación con su audiencia. Utilizan plataformas de redes sociales para llegar a su público. Su etimología proviene del inglés “influence” (influencia) y el sufijo “-er” (el que realiza la acción).

Infografías: representaciones visuales de información, datos o conocimiento destinadas a presentar información compleja de manera clara y concisa, combinando texto, imágenes y gráficos. Su etimología proviene del latín “in-” (en) y “graphia” (escritura, descripción).

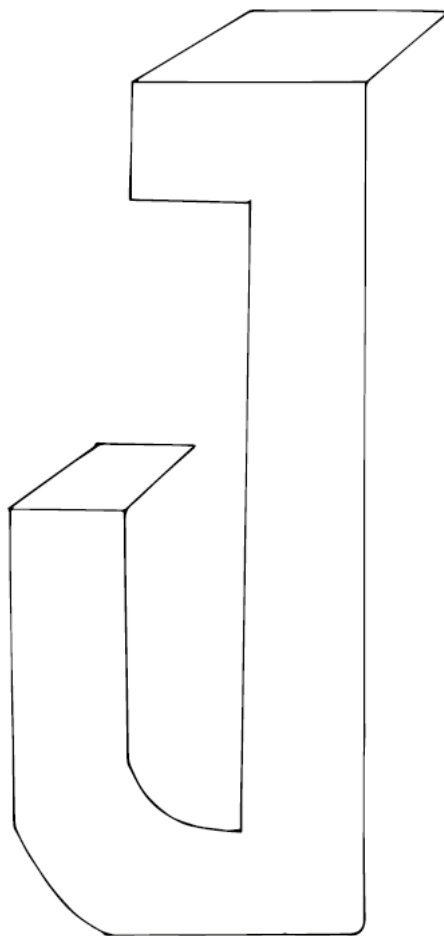
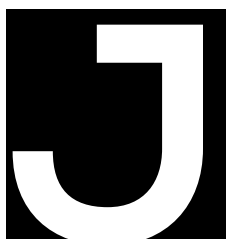
Infoxicación: condición resultante de la sobrecarga de información, donde la cantidad de datos disponibles supera la capacidad de procesamiento de una persona, llevando a la confusión y la dificultad para tomar decisiones.

Internet: red global de computadoras interconectadas que permite la comunicación y el intercambio de datos a nivel mundial. Facilita el acceso a una vasta cantidad de información y servicios a través de diversos protocolos y tecnologías. Su etimología proviene del inglés “inter” (entre) y “network” (red).

Figura 9
Letra I del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Java: lenguaje de programación que conecta todo en el mundo digital. Piensa en él como el idioma universal que las computadoras hablan entre sí para realizar tareas increíbles, es un lenguaje de programación de propósito general que se utiliza para desarrollar software en una variedad de plataformas. Es conocido por su portabilidad, lo que significa que el código Java puede ejecutarse en diferentes sistemas operativos sin necesidad de modificaciones. Java también es una isla de Indonesia.

JavaScript: lenguaje de programación versátil y dinámico utilizado en el desarrollo web. Es la herramienta esencial que imparte interactividad a las páginas, permitiendo a los diseñadores y desarrolladores crear experiencias digitales envolventes. Su nombre fusiona “Java” y “Script”, indicando su relación con Java y su capacidad para ejecutar secuencias de comandos.

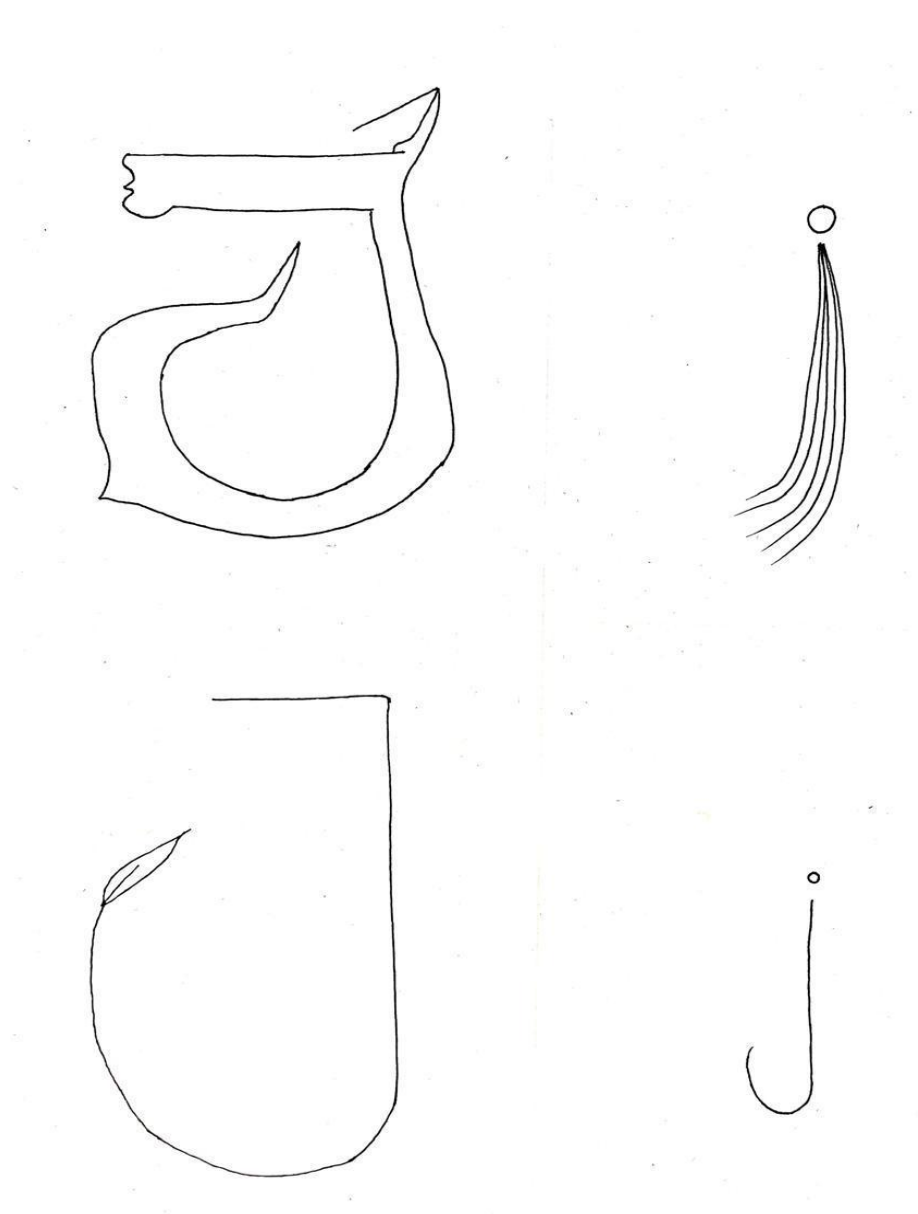
JPG (Siglas en inglés de “Joint Photographic Experts Group”): formato de archivo de imagen que utiliza compresión con pérdida. Es la herramienta estándar para el almacenamiento de fotografías y gráficos en entornos digitales. Este formato destaca por su equilibrio entre calidad y tamaño de archivo, siendo esencial en diseño gráfico.

Just in time: filosofía de gestión y producción que busca minimizar el inventario manteniendo los recursos disponibles justo cuando son necesarios. En diseño, aplicar el principio Just in Time implica optimizar el flujo creativo y los recursos, evitando redundancias y asegurando una eficiencia óptima en cada etapa del proceso.

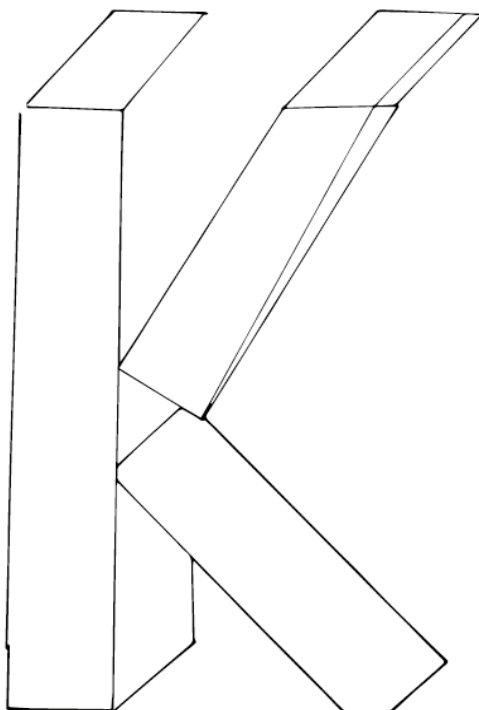
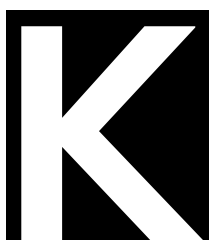
Jonathan Hoefler: (1970) diseñador tipográfico e historiador estadounidense reconocido por su contribución al mundo de las letras. Es el creador de tipografías icónicas, como la conocida Hoefler Text. Su habilidad para equilibrar estética y legibilidad ha dejado una marca indeleble en la tipografía contemporánea. Adquirió el dominio web, typography.co

Figura 10

Letra J del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Keyword (Palabra clave): es como la contraseña secreta que le dice a las computadoras lo que estás buscando. En programación, las keywords tienen significados específicos y se reservan para funciones o acciones particulares en el código. En publicidad digital y diseño de sitios web, las palabras clave son cruciales para la optimización de motores de búsqueda SEO (Search Engine Optimization).

Kerning (Interletraje): espacio entre pares de letras en una tipografía. En diseño gráfico, un adecuado kerning garantiza una presentación visual equilibrada y legible del texto. Es ese ajuste fino que se hace entre las letras para que se vean armoniosas y no apretujadas. La palabra “kerning” proviene del término alemán “kern”, que significa núcleo o parte central.

KPI (Siglas en inglés de “Key Performance Indicator”): “Indicador Clave de Rendimiento” de su traducción al español, se refiere a métricas específicas utilizadas para evaluar el rendimiento de una campaña, estrategia o proyecto. En publicidad y comunicaciones, los KPIs son fundamentales para medir el éxito.

Knowledge Graph (Grafo de Conocimiento): enciclopedia súper inteligente de internet. Es como un mapa mental masivo que conecta todos los hechos y datos, permitiéndote explorar y descubrir información de manera más intuitiva. Si alguna vez has buscado algo en Google y has visto esos recuadros con información clave, ¡estás viendo el Knowledge Graph en acción!

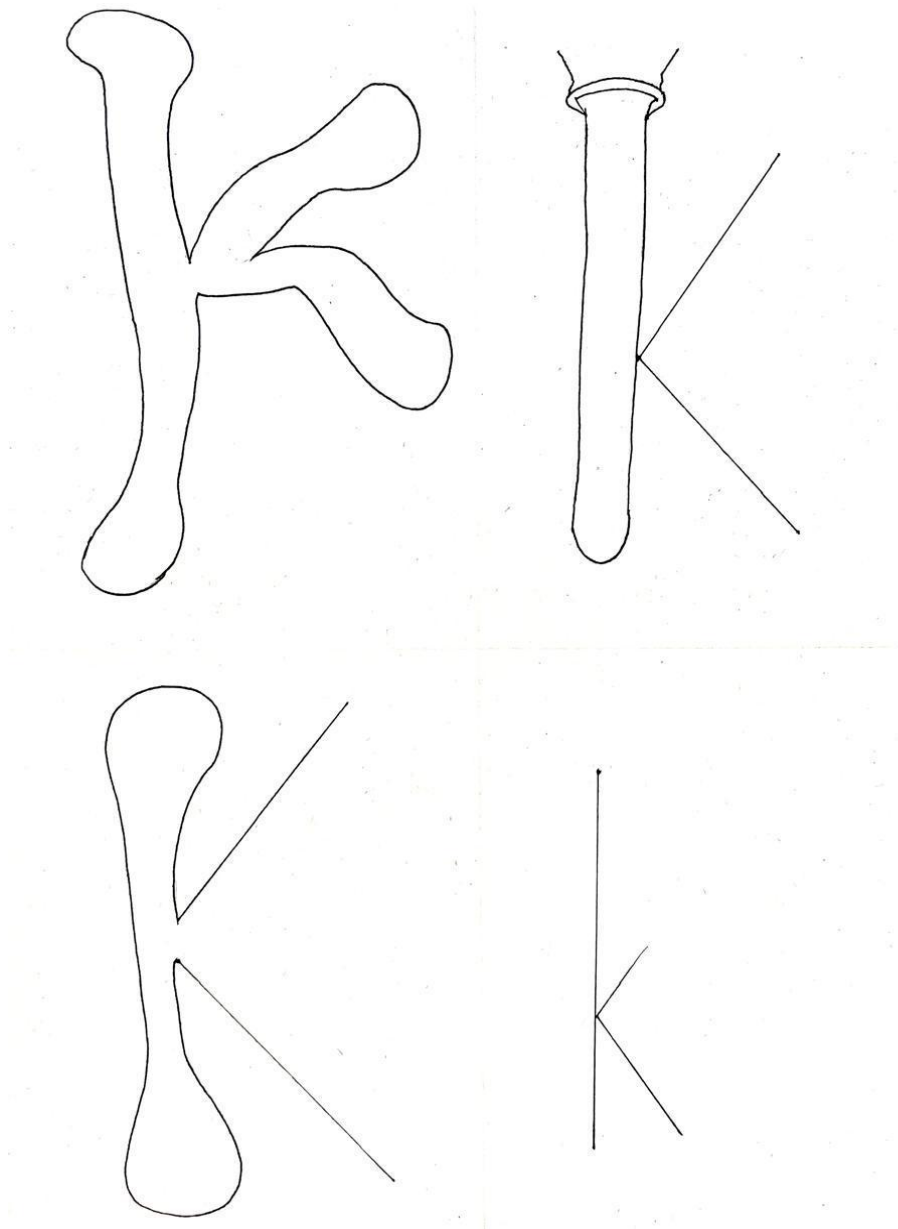
Kit de Prensa (Press Kit): kit de Prensa en español, es un conjunto de materiales informativos y promocionales que se proporciona a los medios de comunicación. Suele incluir comunicados de prensa, imágenes y detalles clave sobre una empresa o evento.

Kickstarter (Financiamiento Colectivo): plataforma de financiamiento colectivo en línea. En comunicaciones y diseño de campañas, Kickstarter y plataformas similares son utilizadas para recaudar fondos para proyectos creativos. Nombre propio asociado con plataformas de crowdfunding en línea donde la gente puede lanzar sus proyectos y obtener el apoyo financiero directo de la comunidad. La palabra “Kickstarter” combina “kick” (patada) con “starter” (iniciador).

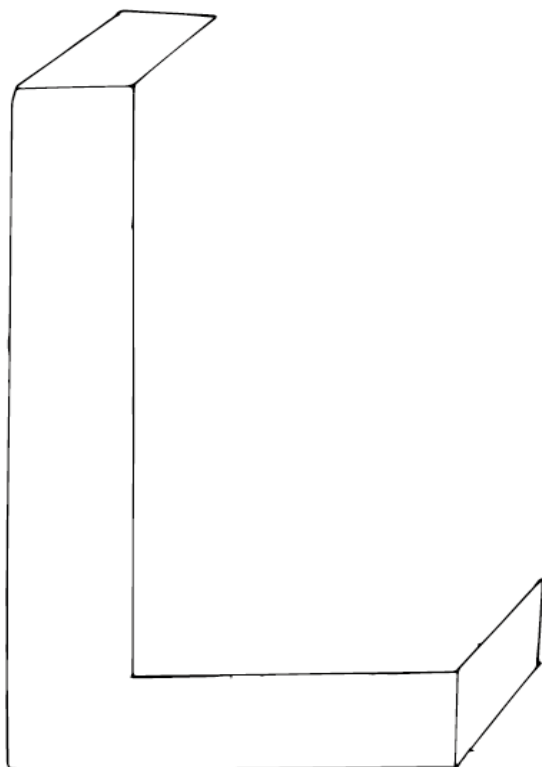
Kinetic Typography (Tipografía Cinética): danza de las palabras en la pantalla. Es cuando el texto cobra vida, se mueve, baila y cuenta una historia visualmente emocionante. Si alguna vez has visto un video donde las palabras se desplazan y se transforman de manera creativa, ¡eso es Kinetic Typography en acción.

Keyword (Optimización para Motores de Búsqueda): palabra o frase específica que los usuarios ingresan en los motores de búsqueda para encontrar información. Es un componente esencial en SEO, para mejorar la visibilidad de contenido en la web.

Figura 11
Letra K del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Link: enlace digital que conecta información entre diferentes elementos en la red. Es el puente virtual que permite la navegación entre páginas web, como una hilera de conexiones invisibles. Su etimología proviene del inglés “link”, que significa “vínculo” o “eslabón”, destacando su función de conectar.

Link baiting: estrategia de marketing que implica crear contenido atractivo y de alta calidad con el objetivo de generar enlaces entrantes desde otros sitios web, mejorando así la autoridad y el posicionamiento en motores de búsqueda. Su etimología proviene del inglés “link” (enlace) y “baiting” (cebo).

Link building: proceso de adquisición de enlaces externos hacia un sitio web con el objetivo de mejorar su visibilidad y ranking en los motores de búsqueda. Es una parte clave del SEO. Su etimología proviene del inglés “link” (enlace) y “building” (construcción).

Link juice: término usado en SEO para describir el valor o autoridad que un enlace pasa de una página a otra. Cuantos más enlaces de calidad apuntan a una página, mayor será su “link juice” y, por ende, su ranking en los motores de búsqueda. Su etimología proviene del inglés “link” (enlace) y “juice” (jugo).

Logging: el registro de eventos, acciones y transacciones que ocurren en un sistema informático. Los registros (logs) se utilizan para monitoreo, diagnóstico y auditoría.

Longtail: en SEO y marketing digital, se refiere a las palabras clave o frases de búsqueda que son más específicas y menos comunes, pero que en conjunto generan una gran cantidad de tráfico y conversiones.

Lenguaje: sistema de comunicación que utiliza símbolos, palabras y expresiones para transmitir significados. En diseño, el lenguaje se manifiesta a través de formas, colores y tipografías, como un diálogo visual que comunica conceptos y emociones. Su etimología se remonta al latín “lingua”, que significa “lengua” o “idioma”.

Legado: herencia tangible e intangible que una generación transmite a la siguiente. En diseño, el legado se manifiesta en la influencia de estilos, técnicas y conceptos que perduran en el tiempo, como un testamento visual que trasciende épocas y escuelas creativas. Proviene del latín “legatus”, que significa “enviado” o “delegado”.

Lead: introducción cautivadora que anticipa y atrae la atención del espectador. La palabra “lead” en este contexto proviene del inglés antiguo “lædan”, que significa “guiar” o “llevar”. A lo largo del tiempo, la palabra evolucionó y se adoptó en el ámbito comercial y de ventas para referirse a la acción de guiar o llevar a alguien

potencialmente interesado hacia el proceso de conversión en un cliente.

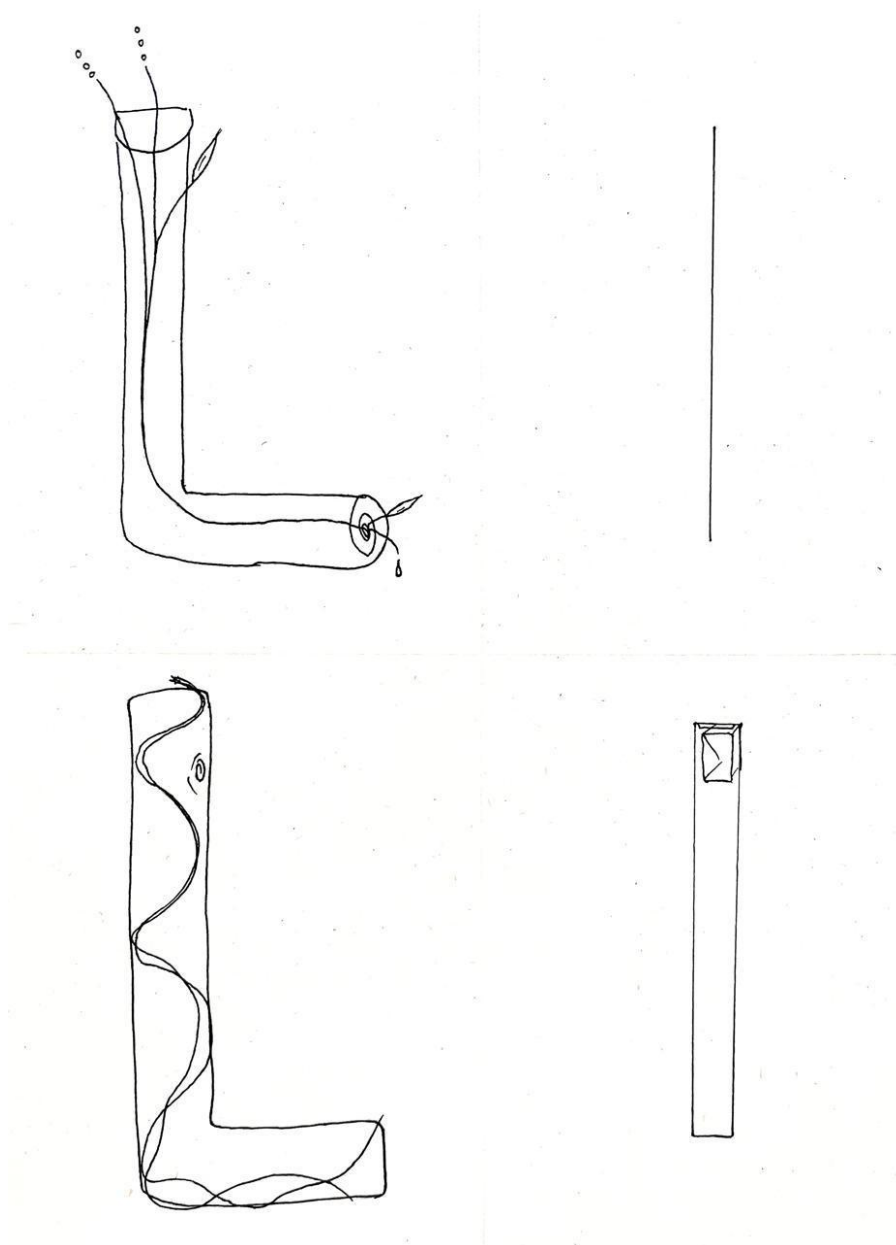
Logotipo: representación gráfica y tipográfica de una marca o entidad. Es la firma visual que encapsula la identidad y los valores, como una huella única en el mundo del diseño. Su nombre proviene del griego “logos” (palabra) y “typos” (marca), fusionando elementos visuales y tipográficos en una expresión distintiva.

Letra: elemento gráfico que representa un sonido específico en un sistema de escritura. En el contexto del alfabeto, las letras son los bloques de construcción fundamentales que forman las palabras. La palabra “letra” proviene del latín “littera”, que significa “carácter” o “letra del alfabeto”. Esta a su vez tiene orígenes más antiguos en el griego “déltion”, que significa “escritura” o “tablilla”.

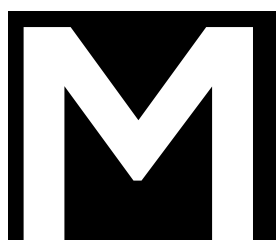
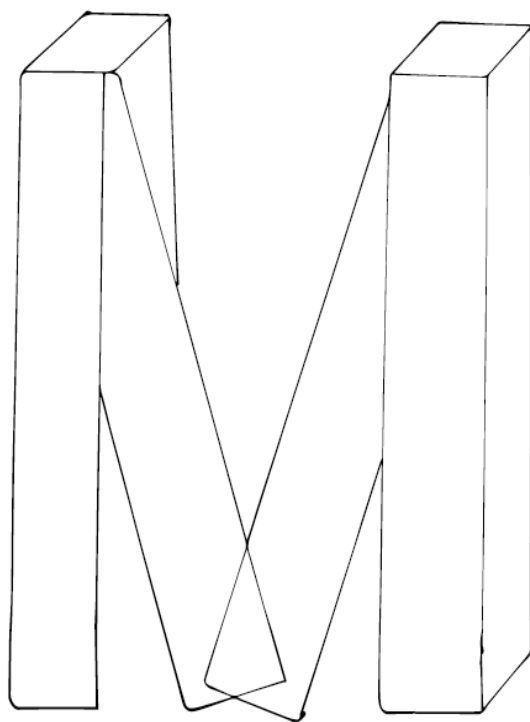
Landing Page: Página web específicamente diseñada para captar la atención de visitantes y convertirlos en leads o clientes. Suele estar enfocada en una llamada a la acción (CTA) particular. Su etimología proviene del inglés “landing” (aterrizaje) y “page” (página).

Layer: en tecnología de la información, una capa es un nivel de abstracción que separa y organiza diferentes partes de un sistema, permitiendo una mayor flexibilidad y gestión. Su etimología proviene del inglés “layer” (capa).

Lead scoring: metodología utilizada en marketing para clasificar y priorizar prospectos o leads en función de su potencial de convertirse en clientes, basado en su comportamiento, características demográficas y otras variables. Su etimología proviene del inglés “lead” (prospecto) y “scoring” (puntuación).

Figura 12*Letra L del abecedario, múltiple diseño*

Fuente: Elaboración propia (2024)



Magenta: color que se percibe cuando los receptores de conos en el ojo humano son estimulados por longitudes de onda de luz específicas. En el modelo de color RGB (rojo, verde, azul), magenta es el resultado de la combinación de luz roja y azul en ausencia de verde. "Magenta" tiene su origen en la batalla de Magenta, una localidad italiana, que tuvo lugar en 1859.

Marketing: disciplina estratégica que busca posicionar y promover productos o servicios. Es el arte de construir conexiones visuales y emocionales con el público, como un director de orquesta que guía la percepción y la preferencia. Su origen se relaciona con el inglés “market”, que significa “mercado” o “lugar de comercio”.

Marca: identidad visual que distingue y representa una entidad. Es la firma gráfica que comunica valores y crea reconocimiento, como un emblema que trasciende lo tangible. Su etimología proviene del germánico “marha”, que significa “signo” o “marca”. En diseño, la marca es el sello distintivo de una entidad.

Mayúscula: letra de mayor tamaño y prominencia en el alfabeto. Es la forma tipográfica que destaca y enfatiza, como un faro que guía la atención visual. En diseño, las mayúsculas son herramientas de énfasis y estructura. Su nombre proviene de la expresión latina “maiusculus littera”, que significa “letra más grande”.

Métrica: medida y estructura rítmica de elementos visuales, como líneas, formas o tipografías. Es la armonía visual que sigue patrones y ritmos, como una partitura que guía la composición gráfica. Proviene del griego “metron”, que significa “medida” o “proporción”. En diseño, la métrica es la base de la organización y la coherencia visual.

Marca personal: conjunto de características, valores y atributos que una persona comunica a los demás, influenciando cómo es percibida y destacándose en su campo profesional o social. Es un proceso deliberado de gestión de la imagen y reputación. Su etimología proviene del latín “marca” (señal) y “persona” (máscara, personaje).

Mockup: modelo o representación visual de un producto o diseño utilizado para demostrar y evaluar su apariencia y funcionalidad antes de la producción final. Es común en diseño gráfico y desarrollo de productos. Su etimología proviene del inglés “mock-up” (simulación).

Marketing Conversacional: estrategia de marketing centrada en el diálogo interactivo y personalizado con los clientes a través de canales de comunicación como chatbots, redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea.

Marketing de afiliación: modelo de marketing en el que una empresa recompensa a sus socios (afiliados) por generar tráfico o ventas a través de los esfuerzos promocionales de estos últimos.

Marketing de tracción 2.0: enfoque moderno de marketing que utiliza estrategias digitales avanzadas para atraer y retener clientes, apoyándose en análisis de datos, SEO (search engine optimization, por sus siglas en inglés o “optimización en buscadores”), contenido y redes sociales.

Marketing de contenidos: estrategia de marketing enfocada en la creación y distribución de contenido relevante, valioso y consistente para atraer y retener una audiencia claramente definida, con el objetivo de impulsar acciones rentables por parte del cliente.

Marketing de guerrilla: técnica de marketing no convencional que utiliza métodos creativos y de bajo costo para promocionar productos o servicios, buscando generar un alto impacto con recursos limitados.

Marketing de proximidad: estrategia de marketing que se centra en la comunicación con los consumidores en función de su ubicación geográfica, utilizando tecnologías como Bluetooth, Wi-Fi y geolocalización para enviar mensajes y ofertas personalizadas.

Marketing de recomendación: técnica de marketing que se basa en las recomendaciones y referencias de clientes satisfechos para atraer nuevos clientes, aprovechando el poder del boca a boca y las redes sociales.

Marketing digital: estrategia de marketing que utiliza canales y herramientas digitales como motores de búsqueda, redes sociales, correo electrónico y sitios web para promocionar productos y servicios, interactuar con clientes y analizar resultados.

Marketing experimental: estrategia de marketing que utiliza técnicas innovadoras y no convencionales para captar la atención del consumidor, proporcionando experiencias únicas y memorables.

Marketing mix: conjunto de herramientas y estrategias que una empresa utiliza para comercializar sus productos o servicios, tradicionalmente compuesto por las cuatro P: producto, precio, plaza (distribución) y promoción.

Marketing mobile: estrategia de marketing enfocada en alcanzar a los consumidores a través de dispositivos móviles, utilizando aplicaciones, mensajes de texto, publicidad móvil y sitios web optimizados para móviles.

Marketing online: estrategia de marketing que se realiza exclusivamente a través de internet, utilizando herramientas como SEO, SEM (search engine marketing por sus siglas en inglés, o marketing de motores de búsqueda), redes sociales y publicidad digital para llegar al cliente final.

Marketing relacional: enfoque de marketing que se centra en construir y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, buscando la fidelización y la satisfacción a través de interacciones personalizadas y valor añadido.

Marketing viral: técnica de marketing que busca provocar la rápida difusión de un mensaje o contenido a través de redes sociales y medios digitales, similar a la propagación de un virus, con el objetivo de aumentar la visibilidad y el alcance de una campaña.

Me gusta: interacción en redes sociales que permite a los usuarios expresar aprobación o agrado por un contenido específico, como publicaciones, fotos o comentarios.

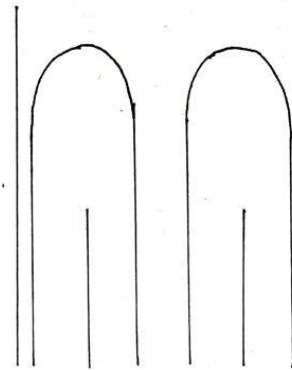
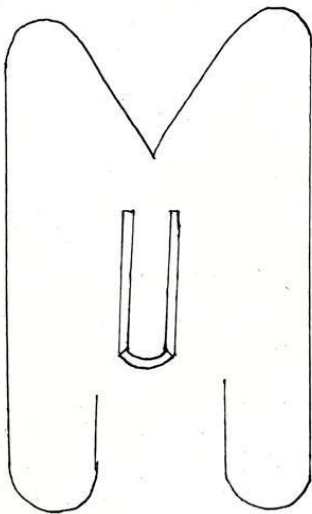
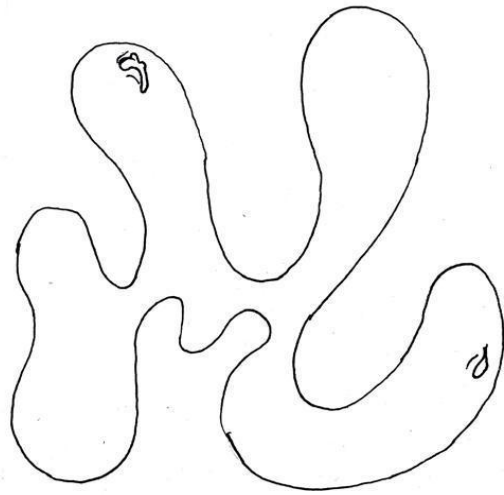
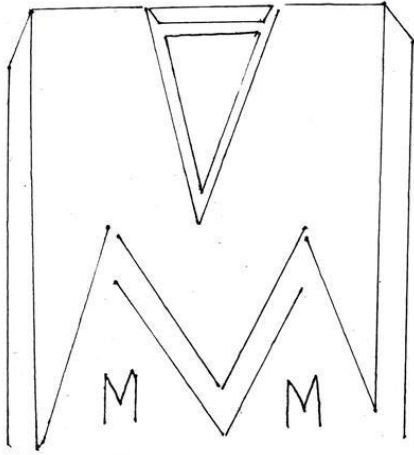
Meta descripción: etiqueta HTML que proporciona una breve descripción de una página web. Esta descripción aparece en los resultados de los motores de búsqueda y puede influir en la decisión de los usuarios de hacer clic en el enlace.

Microblogging: forma de publicación de contenido breve y frecuente en una plataforma digital, combinando elementos de blogging y redes sociales. Ejemplos incluyen X y Threads

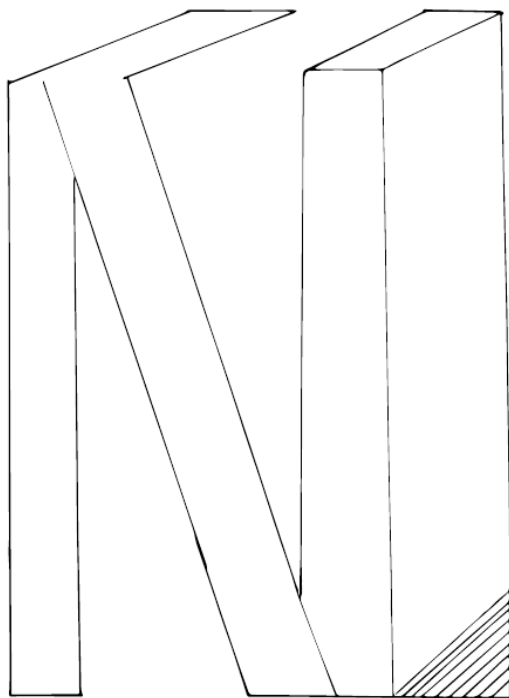
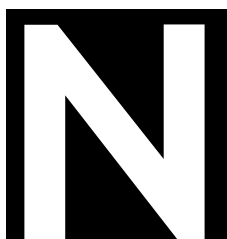
Millennial: generación de personas nacidas aproximadamente entre 1981 y 1996, caracterizadas por su familiaridad con la tecnología digital y su influencia en el mercado y la cultura.

Monetización: generar ingresos a partir de sitios web, aplicaciones o contenido en línea a través de publicidad, suscripciones, ventas directas u otros métodos.

MySQL: sistema de gestión de bases de datos relacional de código abierto basado en SQL (Structured Query Language). Es ampliamente utilizado para almacenar, gestionar y recuperar datos en aplicaciones web.

Figura 13*Letra M del abecedario, múltiple diseño*

Fuente: Elaboración propia (2024)



Nicho: segmento específico dentro de un mercado más amplio. Es el espacio preciso donde una marca o producto puede destacarse y encontrar su audiencia única. Proviene del francés “niche”, que originalmente significaba “receso” o “hueco”. Descubrir y ocupar un nicho es esencial para la efectividad estratégica.

Neo: nuevo o moderno, representando una evolución o resurgimiento de ideas antiguas. En diseño, se refiere a enfoques contemporáneos que reinterpretan estilos y estéticas pasadas. Proviene del griego “neos”, que significa “nuevo”. El neo en diseño es un puente entre lo clásico y lo vanguardista, fusionando lo familiar con lo innovador.

Novedoso: describe algo que posee originalidad, frescura o innovación. En diseño, se aplica a conceptos, productos o enfoques que rompen con lo convencional, ofreciendo algo único y revolucionario. Deriva del latín “novus”, que significa “nuevo”. La capacidad de ofrecer lo novedoso es esencial para la vitalidad y relevancia en el diseño.

Networking: acción de establecer y mantener conexiones y relaciones profesionales. Es la red de interacciones que amplía oportunidades y fomenta la colaboración. La palabra proviene del inglés “network”, que significa “red” o “red de contactos”. En diseño, el networking es esencial para el intercambio de ideas y el crecimiento profesional.

Naming: proceso de crear y seleccionar nombres para marcas, productos o proyectos. Es una disciplina crucial en diseño que busca comunicar identidad y propósito a través de la elección de palabras. El término proviene del inglés “naming”, que significa “dar nombre” o “nombrar”. Mencionada en repetidas ocasiones en la canción del duo musical Daft Punk, titulada “Technologic”.

Nube: almacén virtual donde puedes guardar y acceder a archivos desde cualquier lugar, facilitando la colaboración y el flujo de trabajo creativo. Esto incluye almacenamiento, servidores, bases de datos y software. La “nube” permite a las empresas y usuarios acceder y utilizar recursos informáticos sin la necesidad de poseer o gestionar infraestructuras físicas.

Navegación: implica la interacción y movimiento a través de interfaces digitales. En diseño web y experiencias de usuario, la navegación se refiere a la estructuración y presentación de información para que los usuarios puedan moverse eficientemente. Involucra la arquitectura de la información, el diseño de menús y la usabilidad para crear experiencias de usuario intuitivas y efectivas.

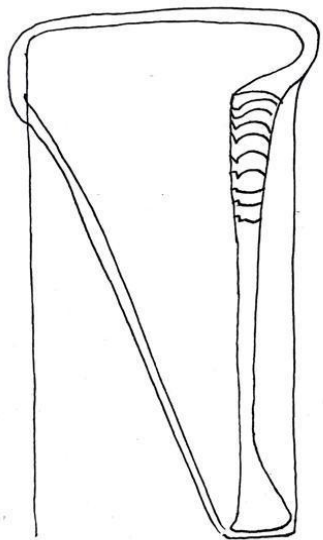
Neuromarketing: disciplina que aplica los conocimientos de la neurociencia al campo del marketing para analizar y entender cómo los diferentes estímulos de marketing influyen en el cerebro.

y, por ende, en el comportamiento del consumidor. Utiliza herramientas avanzadas para observar y medir la actividad cerebral en respuesta a estrategias de marketing.

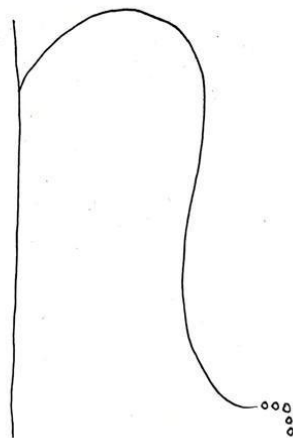
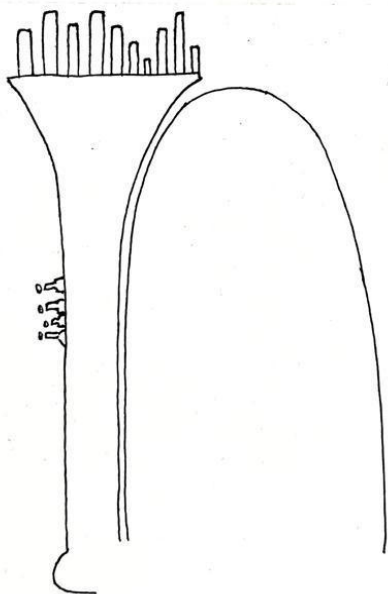
Newsletter: comunicación periódica enviada por correo electrónico que contiene una variedad de información, noticias, y actualizaciones relevantes para los suscriptores. Es una herramienta comúnmente utilizada por empresas y organizaciones para mantener informados a sus clientes o miembros sobre nuevos desarrollos, productos, eventos, y otros temas de interés. Su etimología proviene del inglés “news” (noticias) y “letter” (carta).

Figura 14

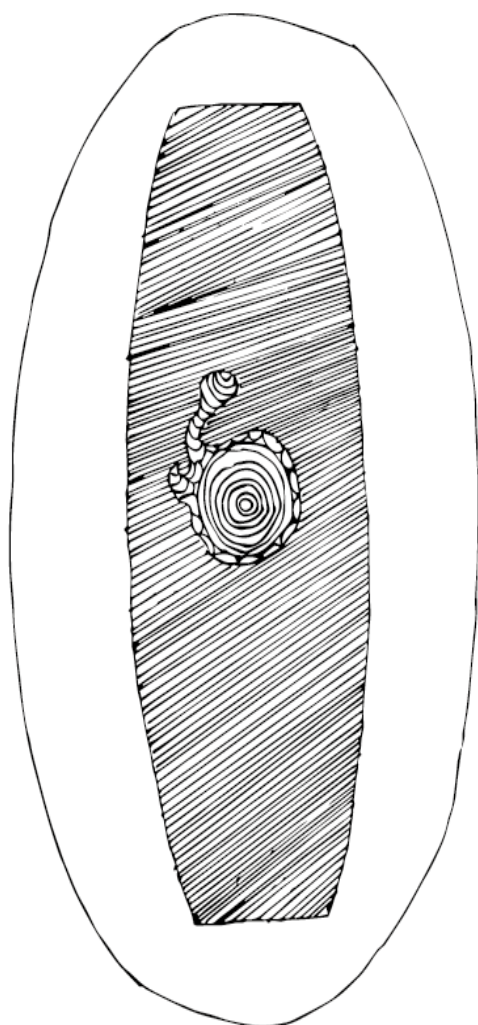
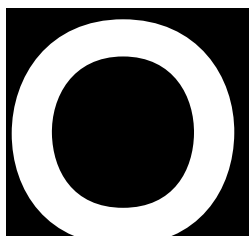
Letra N del abecedario, múltiple diseño



n



Fuente: Elaboración propia (2024)



Optimización: nos referimos a hacer las cosas de la mejor manera posible. Es como afinar un motor para que funcione más rápido y eficientemente. Puede incluir la optimización de campañas publicitarias, la usabilidad de un sitio web o la eficacia de estrategias de comunicación. La palabra “optimización” proviene del latín “optimus”, que significa “el mejor”.

Overlay (Superposición): imágenes o textos, que se colocan encima de otros elementos en una pantalla. En diseño gráfico y desarrollo web, los overlays se utilizan para agregar información, mejorar la estética o proporcionar detalles adicionales sin afectar la capa original.

Out-of-Home (Fuera de Casa): publicidad que se coloca en lugares públicos, como vallas publicitarias, transporte público o señalización urbana. Es una estrategia para llegar a audiencias fuera del entorno digital.

Opt-in (Optar por Participar): acción de dar consentimiento explícito para recibir comunicaciones o información. En diseño de sitios web y estrategias de marketing, el opt-in es crucial para el respeto de la privacidad.

Online Presence (Presencia en Línea): visibilidad de una marca, empresa o individuo en el entorno digital. La presencia en línea es clave en estrategias de comunicación y diseño web.

Óptico: todo lo relacionado con la visión y la luz; magia detrás de las lentes de tus gafas o la tecnología que hace que las imágenes se vean nítidas en tu pantalla. Se exploran fenómenos como la reflexión, refracción y difracción de la luz, así como la formación de imágenes mediante lentes y espejos. Los dispositivos ópticos, como microscopios, telescopios y cámaras, aprovechan estos principios para capturar y manipular la luz. La palabra “óptico” proviene del griego antiguo “optikos”, que significa “relativo a la visión”

Organic Reach (Alcance Orgánico): cantidad de personas a las que se llega de forma natural y no pagada en redes sociales u otros canales. En publicidad digital, entender el alcance orgánico es esencial para evaluar la efectividad.

Objetivo: resultado específico y medible que una persona o una organización se esfuerza por alcanzar dentro de un plazo determinado. Los objetivos sirven como guía para la planificación

y la ejecución de actividades, proporcionando una dirección clara y evaluando el progreso.

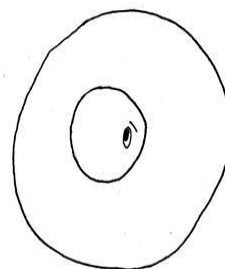
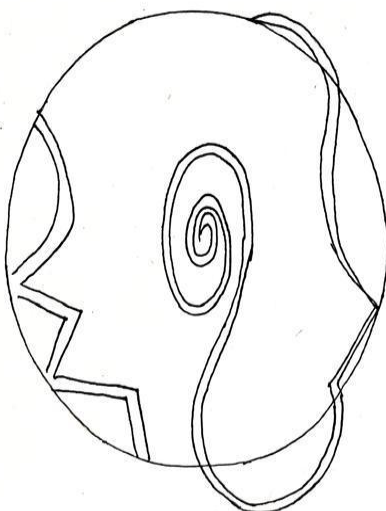
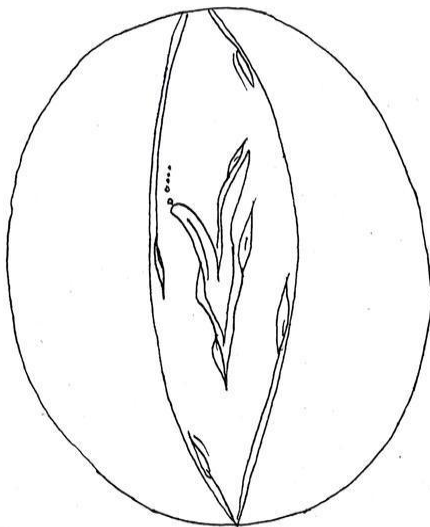
Objetivo SMART: criterios utilizados para definir objetivos efectivos, asegurando que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo. Este enfoque facilita la planificación y el seguimiento del progreso hacia el logro de metas. Acrónimo del inglés “Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound”.

Open Data: conjunto de datos accesibles al público de forma gratuita, que pueden ser utilizados, modificados y compartidos por cualquier persona, promoviendo la transparencia, la innovación y la participación ciudadana.

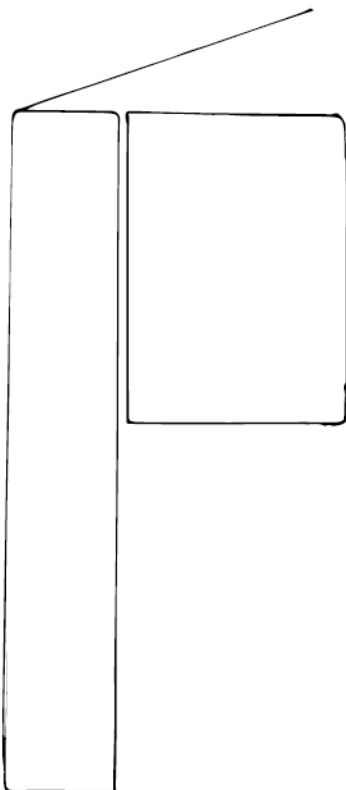
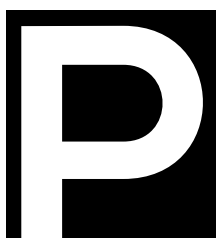
Opt-in: proceso mediante el cual un usuario da su consentimiento explícito para recibir comunicaciones, participar en servicios o permitir el uso de sus datos, generalmente a través de una acción afirmativa como marcar una casilla.

Opt-out: proceso mediante el cual un usuario decide no participar en un servicio, recibir comunicaciones o permitir el uso de sus datos, retirando su consentimiento previamente dado o rechazando una oferta.

Figura 15
Letra O del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Público: conjunto de personas que consumen o interactúan con un diseño, producto o mensaje. Es el destinatario final de la creatividad visual, como una audiencia que interpreta y participa en la experiencia visual. Proviene del latín “publicus”, que significa “perteneciente al pueblo”. Comprender al público es esencial para la efectividad y relevancia.

Perfil: personalidad digital que creamos en línea. En diseño, el perfil es una herramienta para describir contornos y estructuras. un perfil puede incluir detalles demográficos, preferencias,

historial de comportamiento y otras características relevantes. La gestión de perfiles es crucial para personalizar experiencias, como en la publicidad dirigida y el diseño de interfaces centradas en el usuario. Proviene del latín “profilum”, que significa “línea que sigue el contorno”.

Producto: resultado tangible de un proceso de diseño. Puede referirse a bienes físicos o elementos visuales, como logotipos o campañas publicitarias. Proviene del latín “producere”, que significa “hacer avanzar” o “producir”.

Paula Scher: (1948) renombrada diseñadora gráfica y artista estadounidense, reconocida por su enfoque único y su contribución al diseño contemporáneo. Descrita como la “maestra conjuradora de lo instantáneamente familiar”. A diferencia del arte, el diseño cuenta con exigencias, y Scher y las empleó para diseñar a una amplia gama de clientes, entre ellos: Bloomberg, Microsoft, Bausch + Lomb, Coca-Cola, Shake Shack, Perry Ellis, el Museo of Modern Art, Sundance Institute, y su famosa colaboración con The New York Public Theater.

Pop-Up: ventana emergente que aparece automáticamente en una interfaz de usuario sin la interacción previa del usuario, generalmente utilizada para publicidad o alertas. Puede mejorar la experiencia del usuario o servir para marketing digital.

Product Feed: archivo digital que contiene una lista estructurada de productos y sus atributos, utilizado por plataformas de comercio electrónico y motores de búsqueda para mostrar y actualizar automáticamente los productos y sus detalles.

Premium: designación para productos o servicios de alta calidad que suelen tener un precio más alto y ofrecen características o beneficios adicionales en comparación con las versiones estándar.

Page rank: algoritmo desarrollado por Google para medir la relevancia de las páginas web mediante el análisis de la cantidad y calidad de los enlaces entrantes, determinando así su importancia en los resultados de búsqueda.

Página web: documento digital accesible a través de internet que puede contener texto, imágenes, videos y enlaces a otros recursos. Forma parte de un sitio web más grande y está identificada por una URL.

Páginas visitas únicas: número de visitas distintas que recibe una página web en un periodo de tiempo determinado, contando solo una vez cada visita de un mismo usuario.

Páginas vistas; número total de veces que se visualizan las páginas de un sitio web en un periodo de tiempo, incluyendo múltiples vistas de la misma página por el mismo usuario.

Phishing: técnica fraudulenta de obtención de información confidencial mediante la suplantación de una entidad legítima en comunicaciones electrónicas, como correos electrónicos o sitios web. Su etimología proviene del inglés “fishing” (pescar), haciendo alusión a “pescar” información.

Pineadores: usuarios de la red social Pinterest que agregan o “pinean” imágenes y contenido a sus tableros, organizándolos por intereses o temáticas.

Pinterest: red social basada en el descubrimiento y colección de imágenes, donde los usuarios pueden crear y compartir tableros de imágenes y enlaces.

Plan conversacional: estrategia de marketing que utiliza la interacción y el diálogo en tiempo real con los clientes a través de diferentes canales de comunicación para mejorar la relación y satisfacción del cliente.

Podcast: serie de episodios de audio digital disponibles para descargar o escuchar en línea, generalmente presentados como programas de radio o conversaciones temáticas.

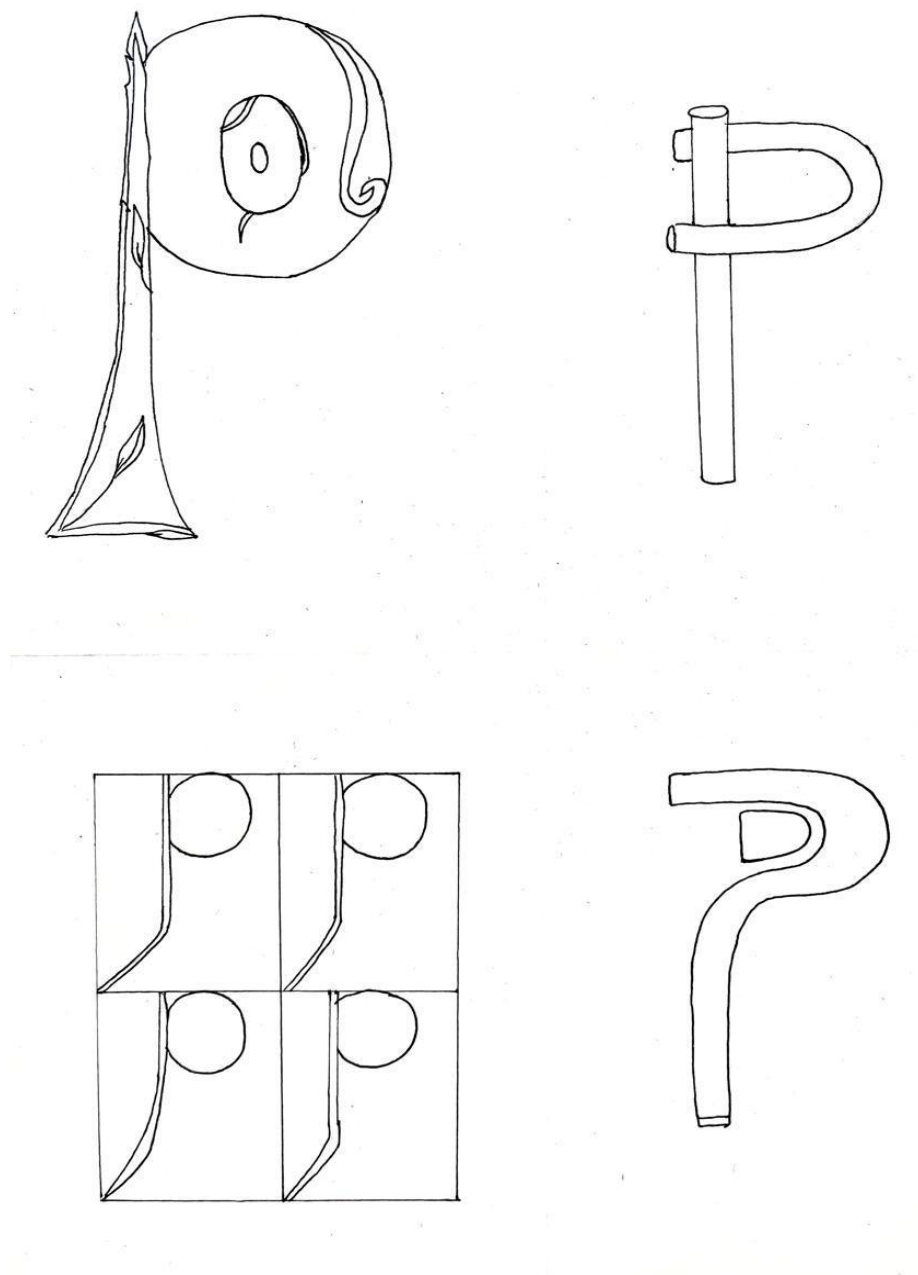
Plugins: componentes de software que añaden funcionalidades específicas a un programa principal, permitiendo la personalización y extensión de sus capacidades. Su etimología proviene del inglés “plug in” (enchufar).

PPC (Pay Per Click): modelo de publicidad en línea donde los anunciantes pagan por cada clic que un usuario realiza en sus anuncios, comúnmente utilizado en motores de búsqueda y redes sociales.

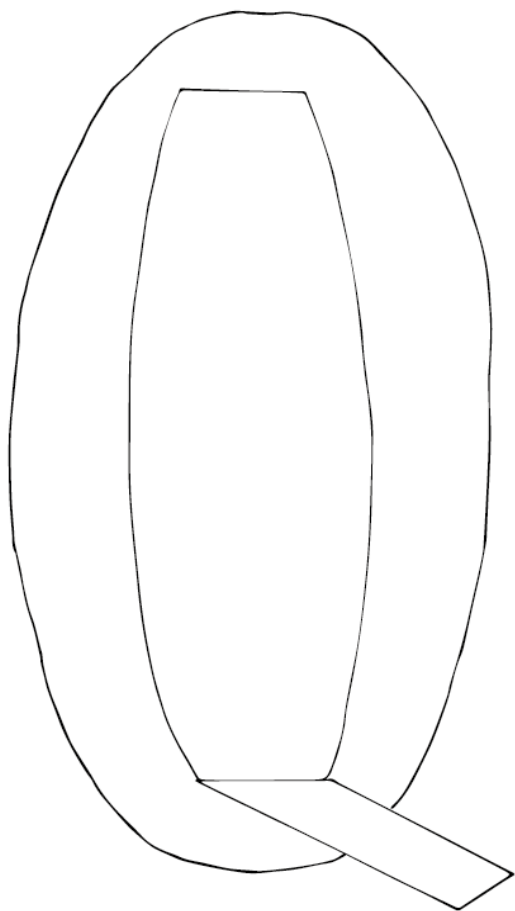
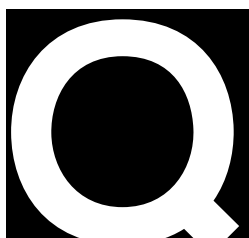
PPL (Pay Per Lead): modelo de publicidad en línea donde los anunciantes pagan por cada cliente potencial (lead) generado a través de sus anuncios, en lugar de por clics o impresiones.

Figura 16

Letra P del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Quirkiness (Excentricidad): cualidad de ser peculiar o tener rasgos inusuales y distintivos. En diseño y publicidad, la excentricidad puede ser una estrategia para destacar y captar la atención.

Quality Assurance (Aseguramiento de la Calidad): procesos y prácticas diseñadas para garantizar la calidad de productos o servicios. En diseño y comunicaciones, esto puede implicar revisión y control de calidad.

Quantifiable Data (Datos Cuantificables): datos cuantificables en español, se refiere a información que puede ser medida y expresada numéricamente. En publicidad y comunicaciones, la capacidad de cuantificar resultados es esencial para evaluar el rendimiento.

Query (Consulta) búsqueda de información, especialmente en el ámbito digital. En diseño de interfaces y comunicaciones, la facilidad de búsqueda y consulta es clave para la experiencia del usuario.

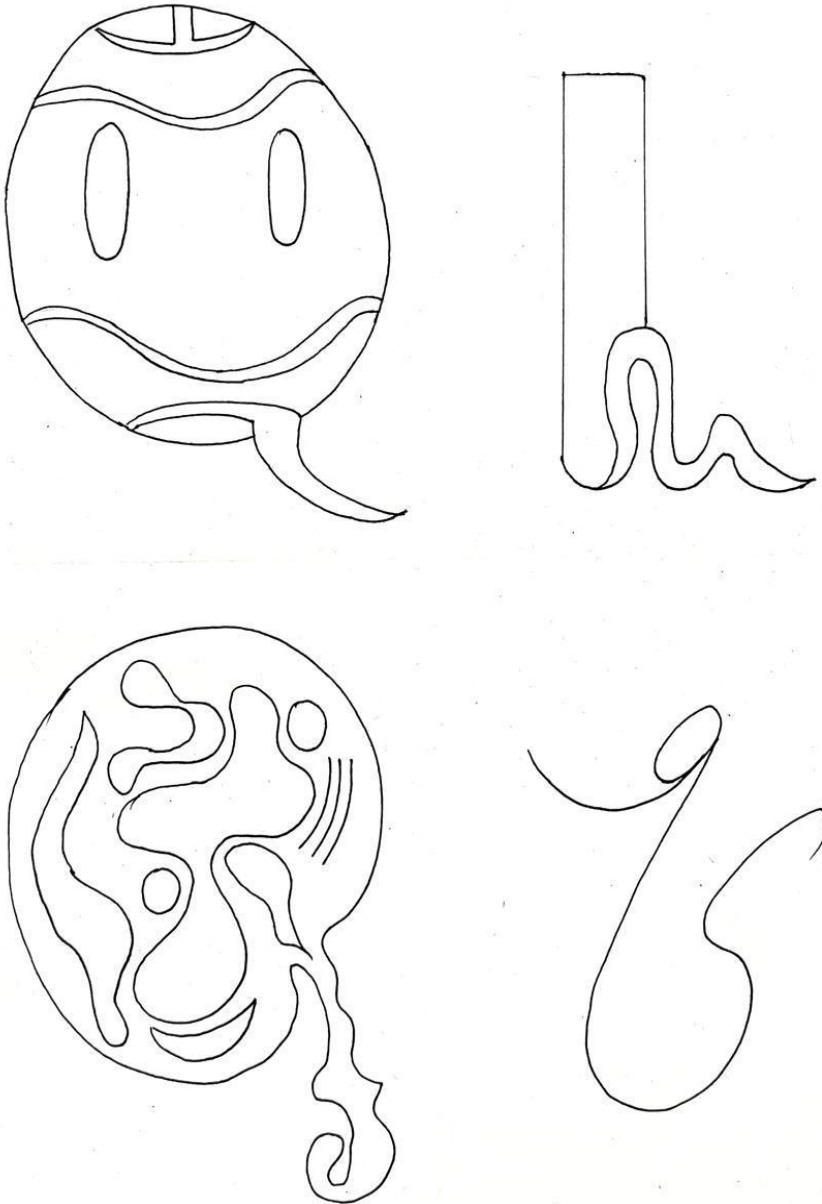
Quick Response Code (Código QR): código de barras bidimensional que puede ser escaneado rápidamente para acceder a información digital. En publicidad, los códigos QR se utilizan para vincular a los usuarios con contenido online.

Quotient (Cociente): nivel o medida de algo. En diseño y comunicaciones, puede ser utilizado para expresar el cociente emocional, creativo o de impacto de una campaña o mensaje.

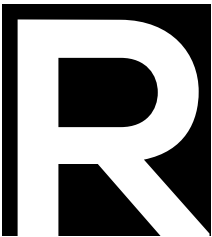
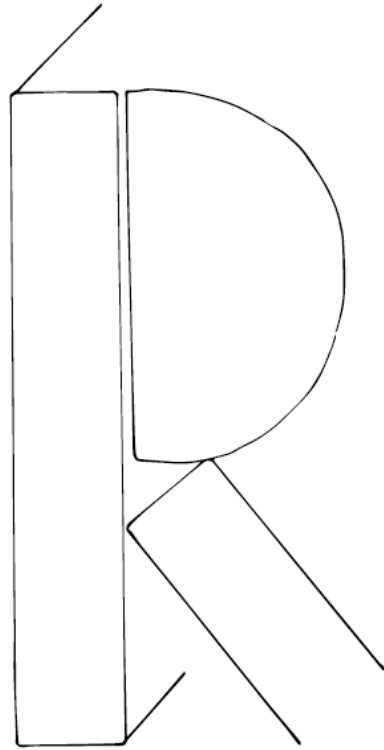
QR (Quick Response): código de barras bidimensional que almacena información de manera óptica, legible rápidamente por dispositivos electrónicos. Utilizado ampliamente en marketing, pagos móviles y gestión de inventarios por su capacidad de almacenar grandes cantidades de datos en un espacio reducido.

Figura 17

Letra Q del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Remoto: elementos que están situados a una distancia considerable o que se gestionan a través de canales no presenciales. Es la conexión con audiencias o dispositivos distantes, como explorar territorios lejanos en la experiencia digital. Proviene del latín “remotus”, que significa “alejado” o “distante”. En este contexto, lo remoto sugiere expansión y alcance más allá de lo cercano.

Ruta: trayectoria planificada para guiar a las audiencias desde un punto inicial hasta un destino deseado. Es el camino estratégico trazado para optimizar la experiencia del usuario o del consumidor. Proviene del latín “rupta”, que significa “rota” o “sendero”. En este contexto, la ruta es una herramienta esencial para dirigir y facilitar el recorrido visual o interactivo.

RGB (Sigla en inglés de “Red, Green, Blue”: modelo de color basado en la combinación de luces Roja, Verde y Azul. Es un estándar fundamental en entornos digitales, permitiendo la creación de una amplia gama de colores mediante la mezcla de intensidades de estas tres luces primarias. En este contexto, RGB es la paleta esencial para la representación visual digital.

Rango: posición o nivel jerárquico que ocupa un elemento visual o mensaje dentro de una composición. Es la clasificación que comunica la importancia relativa de diferentes elementos, ya sea en un diseño gráfico, una lista de productos o un contenido publicitario. Proviene del francés “rang”, que significa “fila” u “orden”.

Ranking: clasificación o posición relativa de elementos según ciertos criterios. Es la jerarquía visual que establece la importancia o preferencia de productos, servicios o información. Proviene del inglés “rank”, que significa “rango” o “posición”. En este contexto, el ranking visual es esencial para resaltar elementos clave y facilitar la toma de decisiones.

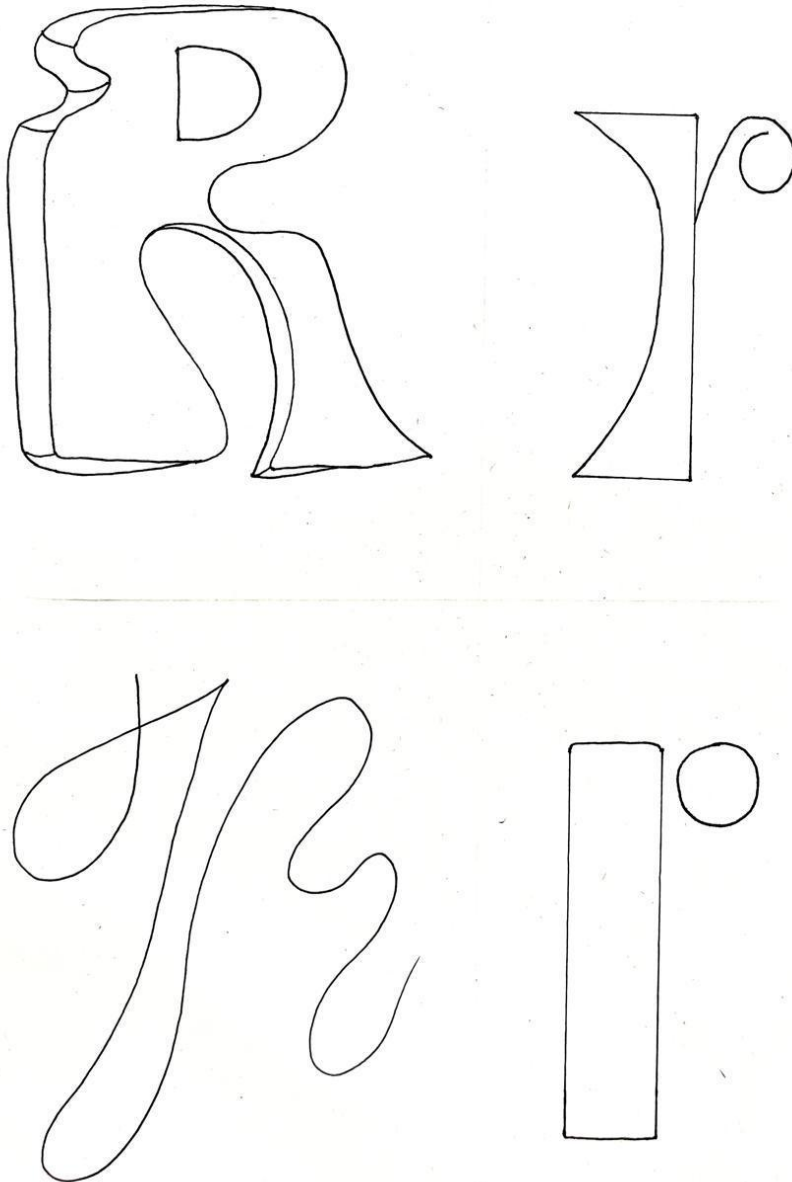
Realidad Aumentada (AR): tecnología que superpone elementos virtuales, como imágenes, sonidos o datos, en el mundo real a través de dispositivos como teléfonos inteligentes, tabletas o gafas especiales. Enriquece la percepción sensorial del entorno físico. Su etimología proviene del latín “realitas” (realidad) y “augmentare” (aumentar).

Retargeting: estrategia de publicidad digital que consiste en mostrar anuncios a usuarios que previamente interactuaron con un sitio web o una aplicación móvil. Utiliza cookies para rastrear y recordar a estos usuarios, presentándoles anuncios personalizados

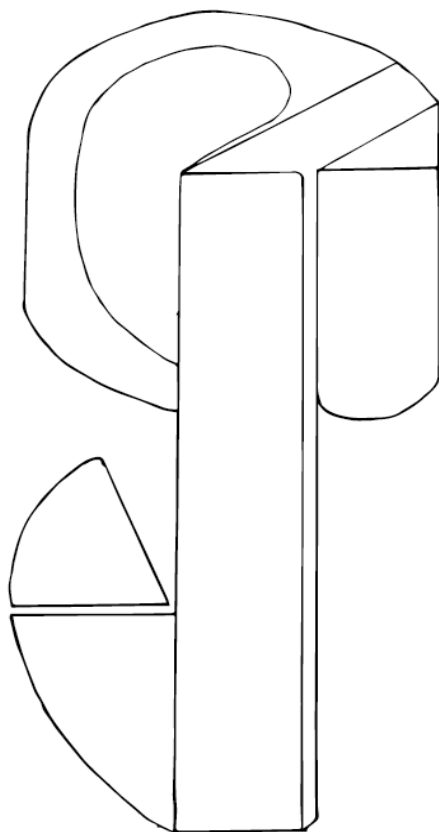
con el objetivo de convertir visitas previas en acciones concretas, como compras o registros. Su etimología proviene del inglés “re” (de nuevo) y “target” (objetivo).

Rebote: métrica en analítica web que se refiere a una visita en la cual el usuario abandona el sitio web tras ver una sola página, sin interactuar con otros elementos del mismo. Indica una falta de compromiso o relevancia del contenido para el visitante.

Ranking: posición relativa de un anuncio en los resultados de una plataforma publicitaria, determinada por varios factores como la relevancia del anuncio, la calidad del contenido, y la oferta económica del anunciante. Afecta la visibilidad y efectividad del anuncio.

Figura 18*Letra R del abecedario, múltiple diseño*

Fuente: Elaboración propia (2024)



Slogan: frase breve y memorable utilizada con fines publicitarios o de identidad de marca. Es una herramienta persuasiva que encapsula el propósito o los valores de una entidad. Proviene del gaélico “sluagh-ghairm”, que significa “grito de guerra”.

Símbolo: elemento gráfico que representa o sugiere algo más allá de su significado literal. Es un medio poderoso para comunicar identidades, conceptos o valores de manera visual. Proviene del griego “symbolon”, que significa “signo” o “emblema”.

Signo: elemento visual que representa o indica algo específico. Puede ser tanto un símbolo como un indicador más concreto. Proviene del latín “signum”, que significa “señal” o “emblema”. Esenciales para la transmisión de información y la creación de mensajes claros.

Sostenible: prácticas que se pueden mantener a lo largo del tiempo sin agotar recursos o dañar el medio ambiente. Es un enfoque ético que busca equilibrar las necesidades actuales con la preservación del futuro. Proviene del latín “sustinere”, que significa “soportar” o “mantener”.

Simetría: igualdad de proporciones y disposición de partes a ambos lados de un eje central. Es un principio estético que transmite equilibrio y armonía visual. Proviene del griego “symmetria”, que significa “medida conjunta”. Herramienta para la creación de composiciones visualmente atractivas y equilibradas.

SEM (Search Engine Marketing): técnica de mercadeo en internet que implica la promoción de sitios web incrementando su visibilidad en las páginas de resultados de los motores de búsqueda.

SEO (Search Engine Optimization): proceso de optimización de la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos; involucra la mejora de contenido, estructura y HTML de un sitio web para hacerlo más atractivo para los motores de búsqueda.

SMO (Social Media Optimization): estrategia de utilización de las redes sociales para atraer visitantes únicos al contenido web. Implica la creación de contenido atractivo, la participación activa en redes sociales y la optimización de perfiles para mejorar la visibilidad.

SPAM (Stupid Pointless Annoying Messages): mensajes no solicitados enviados en masa, generalmente de naturaleza publicitaria, que se distribuyen electrónicamente. Incluye correos electrónicos, mensajes de texto, y publicaciones en foros o redes.

Segmentar: proceso de dividir un mercado en segmentos más pequeños y manejables con características comunes. Segmentar permite enfocar esfuerzos de marketing en audiencias específicas para optimizar la efectividad de las estrategias.

SERP (Search Engine Results Page): página web presentada por un motor de búsqueda en respuesta a una consulta de usuario. La SERP incluye enlaces a páginas web, anuncios pagados, fragmentos destacados entre otros.

Shortcode: fragmento de código utilizado para realizar funciones específicas en plataformas de gestión de contenido. Un shortcode permite agregar funcionalidades avanzadas como formularios, galerías y otros elementos sin necesidad de codificación compleja.

Sitios de reproducción: los sitios de reproducción ofrecen servicios de streaming para contenidos audiovisuales, permitiendo el acceso bajo demanda a una vasta biblioteca de medios.

Slideshare: plataforma de intercambio de presentaciones, documentos e infografías en línea. SlideShare permite a los usuarios cargar y compartir presentaciones, convirtiéndolas en accesibles y visualmente atractivas para una audiencia global.

Socialmedia: plataformas digitales que facilitan la creación y el intercambio de información, ideas, intereses y otros contenidos entre comunidades virtuales.

Startup: empresa emergente diseñada para desarrollar y validar un modelo de negocio escalable. Una startup busca identificar un problema o necesidad del mercado y ofrecer una solución novedosa, a menudo mediante el uso de tecnología.

Social SEO: implica optimizar el contenido para motores de búsqueda y utilizar plataformas sociales para amplificar la visibilidad y el alcance del contenido.

Social CRM (Customer Relationship Management): implica el uso de plataformas sociales para recopilar datos, interactuar con clientes y mejorar la experiencia del cliente mediante respuestas rápidas y personalizadas.

Social Commerce: uso de redes sociales para facilitar y promover transacciones comerciales y ventas en línea; es vender productos directamente a través de redes sociales como Facebook e Instagram.

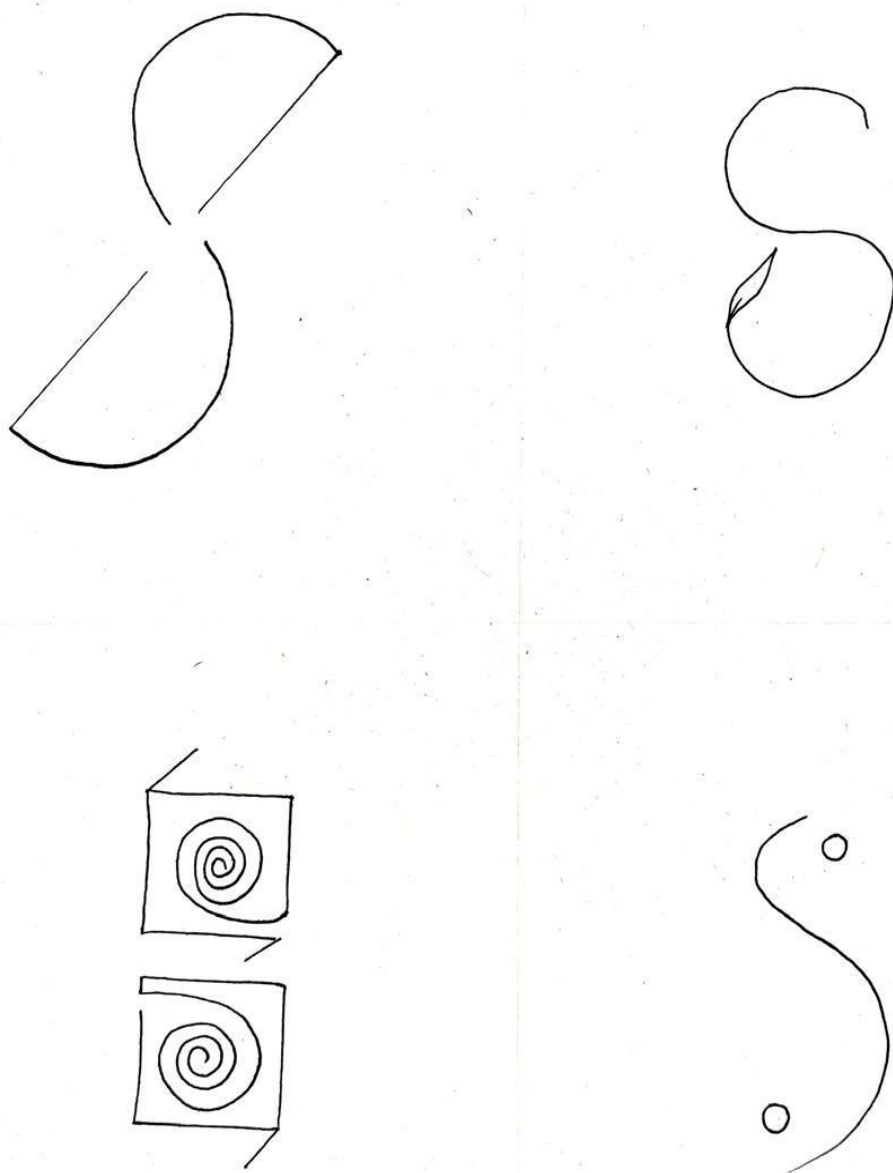
Storytelling: arte de usar narrativas y relatos para comunicar mensajes y conectar emocionalmente con la audiencia. Etimología: Del inglés “story” que significa “historia” y “telling” que significa “contar”.

Street Marketing: técnica de marketing que utiliza actividades en espacios públicos para atraer la atención y promover productos o servicios. involucra actividades como eventos en vivo, distribución de folletos y demostraciones públicas. Etimología: Del inglés “street” que significa “calle” y “marketing” que proviene del latín “mercatus”, que significa “mercado”.

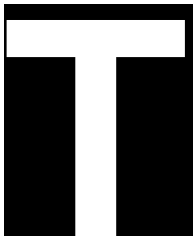
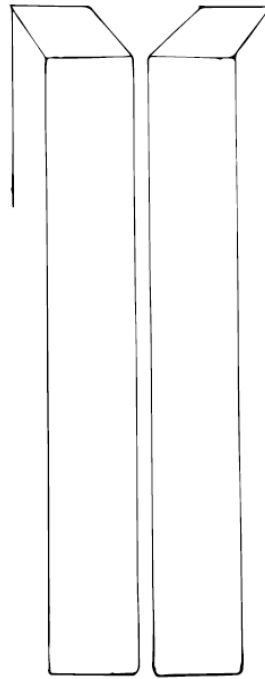
Suscriptores: individuos que han optado por recibir contenido regular de una fuente específica, generalmente en forma de boletines, actualizaciones o servicios. Etimología: Del latín “subscribere”, donde “sub” significa “bajo” y “scribere” significa “escribir”.

Figura 19

Letra S del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Times New Roman: fuente serif clásica desarrollada por Stanley Morison y Victor Lardent en 1931. Es reconocida por su legibilidad y se ha convertido en una de las fuentes más utilizadas en la industria editorial y en documentos impresos.

Técnica: conjunto de procedimientos y métodos especializados utilizados para lograr un resultado específico. Es el dominio de habilidades y conocimientos aplicados en la ejecución de una tarea. Proviene del griego “téchne”, que significa “arte” o “habilidad”. eficacia y excelencia en la materialización de ideas.

Textura: apariencia táctil o visual de la superficie de un objeto o diseño. Es la cualidad que sugiere la sensación de tocar o experimentar visualmente una superficie. Proviene del latín “textura”, que significa “tejido” o “contextura”.

Tipografía: arte y técnica de seleccionar y disponer tipos o fuentes para crear un diseño impreso o digital. Es la elección y disposición estilizada de letras y caracteres. Proviene del griego “typos”, que significa “forma” o “huella”, y “grapho”, que significa “escribir”.

Tag: etiqueta o palabra clave asociada a un contenido específico. Es utilizada para categorizar y facilitar la búsqueda de información. Proviene del inglés “tag”, que significa “etiqueta” o “marca”.

Trazo: recorrido o línea que forma un trazo en una superficie. Es la marca creada por el desplazamiento de una herramienta de dibujo. Proviene del latín “tractus”, que significa “tirar” o “arrastrar”.

Teorema: proposición o afirmación que se puede demostrar o deducir a través de un razonamiento lógico. Es una verdad matemática o principio fundamentado. Proviene del griego “theoremata”, que significa “lo que se ve” o “lo que se observa”.

Troll: persona que publica mensajes provocativos, irrelevantes o disruptivos en una comunidad en línea con la intención de molestar, provocar reacciones emocionales o desviar la conversación.

Transmedia: técnica de narración que extiende una única historia o experiencia narrativa a través de múltiples plataformas y formatos de medios. Cada medio utilizado contribuye de manera única al desarrollo de la narrativa, proporcionando diferentes perspectivas y profundidades a la historia general. Su etimología: Del latín “trans” (a través) y “media” (medios).

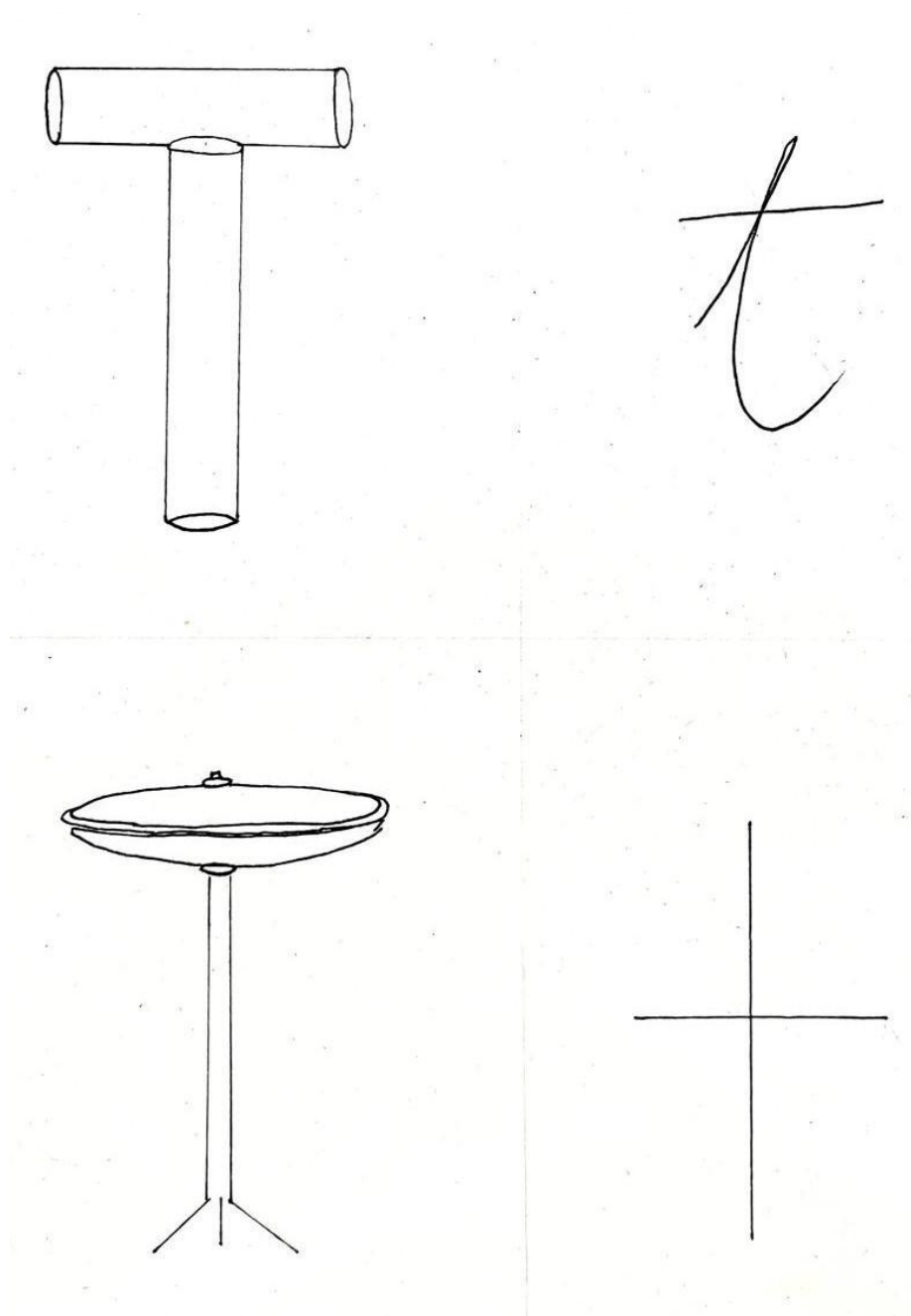
Target: público objetivo, es decir, el grupo específico de consumidores al que se dirige una campaña publicitaria, producto o servicio. Este grupo se define mediante características demográficas, psicográficas, geográficas y comportamentales, lo que permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing.

Tiempo: medio de carga de página métrica que mide el tiempo promedio que tarda una página web en cargar completamente en el navegador de un usuario. Esta métrica es crucial para la experiencia del usuario y el SEO.

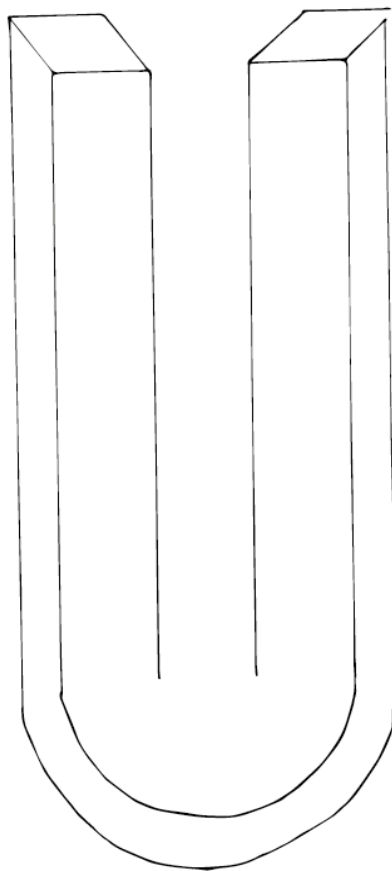
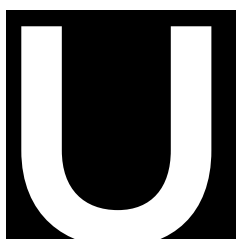
Timeline: secuencia cronológica de publicaciones, eventos o actividades organizadas en orden temporal. Esta característica permite a los usuarios visualizar y seguir el desarrollo de contenido y actualizaciones en tiempo real, facilitando la navegación y la interacción con la información más reciente.

Figura 20

Letra T del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Unidad: fuerza que surge cuando diferentes partes se combinan para formar un todo coherente. La unidad es como la melodía que conecta todos los elementos, creando una experiencia armoniosa y efectiva. La palabra “unidad” proviene del latín “unitas”, que deriva de “unus”, que significa “uno”.

URL (siglas en inglés para “Uniform Resource Locator”): ruta específica que te guía directamente a la página web que deseas visitar. Las URL’s son esenciales para dirigir el tráfico y conectar a los usuarios con contenido específico.

Usuario: persona que utiliza o interactúa con un producto, servicio o plataforma. Es fundamental tener en cuenta las necesidades y expectativas del usuario para crear experiencias efectivas y centradas en el usuario.

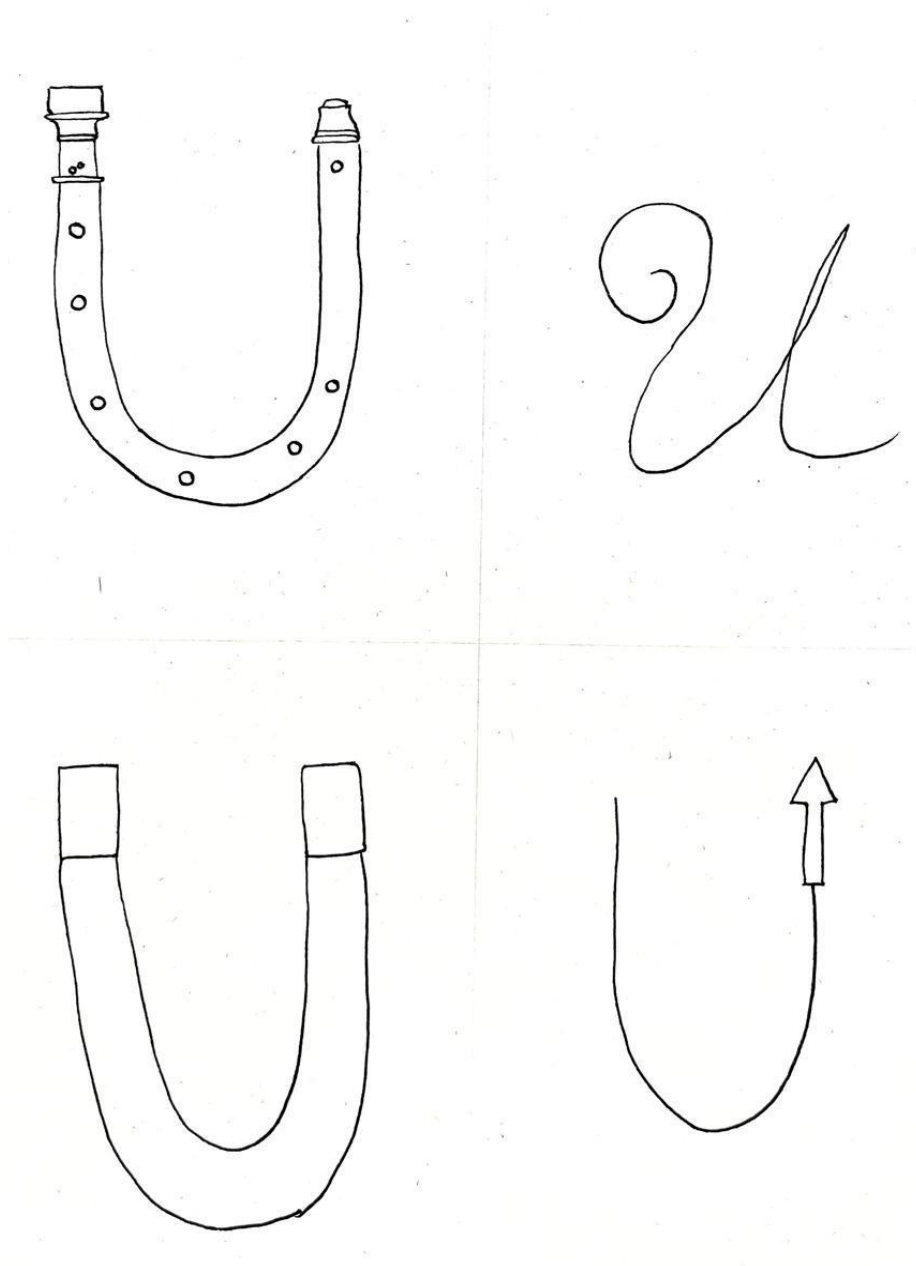
Usabilidad: facilidad con la que los usuarios pueden interactuar con un producto o sistema. Es la medida de la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que los usuarios alcanzan sus objetivos dentro de un entorno específico.

Ubicuidad: presencia constante y ubicua de la información o mensajes en diversos canales y plataformas. Es la capacidad de llegar a la audiencia de manera omnipresente, aprovechando la diversidad de medios disponibles.

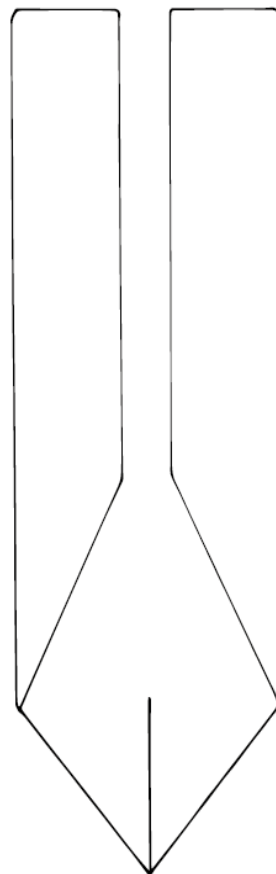
User Experience (UX): Experiencia total que tiene un usuario al interactuar con un producto, servicio o plataforma. Se centra en la satisfacción y percepciones del usuario durante todo el proceso de interacción.

Uniformidad: coherencia y consistencia en la apariencia y estilo de elementos visuales. Es la aplicación deliberada de un conjunto de reglas visuales para lograr cohesión y reconocimiento.

UTM (Urchin Tracking Module): conjunto de parámetros que se agregan a las URL's para rastrear la eficacia de las campañas de marketing digital a través de Google Analytics. *Etimología:* "Urchin Tracking Module" (Módulo de Seguimiento Urchin), del nombre de la empresa Urchin Software Corporation, adquirida por Google en 2005, que desarrolló la tecnología base de Google Analytics.

Figura 21*Letra U del abecedario, múltiple diseño*

Fuente: Elaboración propia (2024)



Vector: elemento gráfico representado por magnitudes direccionales. Es una entidad matemática que tiene tanto dirección como magnitud y se utiliza para crear gráficos, ilustraciones y logotipos. Proviene del latín “vehere”, que significa “llevar” o “conducir”. Los vectores en diseño permiten una representación precisa y escalable de imágenes.

Visual: todo lo relacionado con la percepción a través de la vista. Es la representación gráfica que comunica de manera clara y efectiva. Proviene del latín “visus”, que significa “vista”. Abarca desde elementos gráficos hasta la disposición estética, buscando impactar y transmitir mensajes de manera atractiva.

Ventas: proceso de intercambio comercial que implica persuadir y convencer a clientes potenciales. Es la acción de promover productos o servicios de manera efectiva para lograr transacciones comerciales. Proviene del latín “vendere”, que significa “vender”. Cruciales para la viabilidad económica y la difusión de productos y servicios.

Visual Search: inteligencia artificial que permite a los usuarios realizar búsquedas en internet utilizando imágenes en lugar de texto. Los algoritmos analizan las características visuales de una imagen, como formas, colores y patrones, para identificar y encontrar objetos similares o relacionados en una base de datos.

Visita: interacción de un usuario con un sitio web durante un período de tiempo determinado. Se registra cuando un usuario accede a una página web y se mantiene activa mientras navega por ella, hasta que cierra el navegador o transcurre un período de inactividad. Las visitas son una métrica fundamental para analizar el tráfico y el comportamiento del usuario en un sitio web.

Video Marketing: estrategia de marketing que utiliza contenido audiovisual para promover y comunicar el valor de productos, servicios o marcas. A través de videos, se busca captar la atención del público, generar *engagement*, aumentar la conversión y fomentar la fidelización de los clientes.

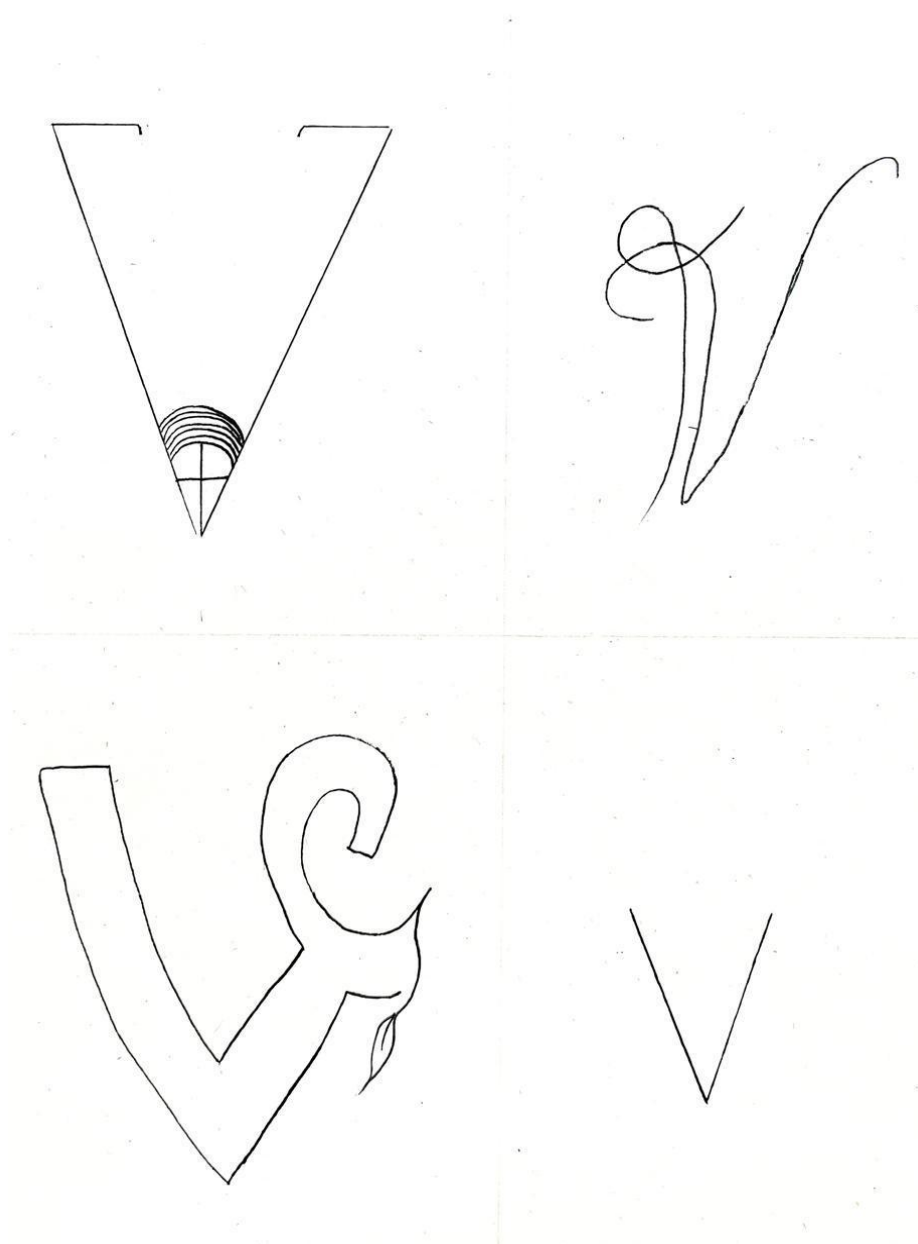
Viral: fenómeno en línea que se propaga como un incendio forestal. Es como cuando un video, imagen o mensaje se comparte tan rápido que parece que todos están hablando de ello. La palabra “viral” proviene de “virus”, que tiene raíces en el latín y significa “veneno” o “toxina”. La conexión etimológica refleja la naturaleza contagiosa y rápida con la que algo se propaga, similar a la forma en que los virus se esparcen en la biología. Crear contenido

viral implica comprender las dinámicas de las redes sociales y aprovechar estrategias que fomenten la propagación rápida y extensa del mensaje o el contenido.

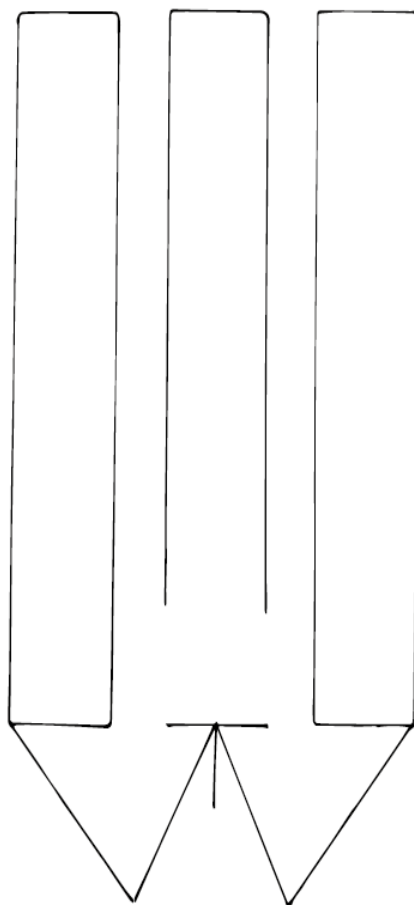
Valor de marca: medida de la fuerza y relevancia de una marca en la mente de los consumidores. Incluye elementos como el reconocimiento de marca, la lealtad del cliente y la asociación positiva con la marca. En términos financieros, el valor de marca puede contribuir significativamente al valor total de una empresa.

Figura 22

Letra V del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Wireframe: sustantivo masculino: *Wireframe*, en diseño, se refiere a una representación visual de una página web, aplicación o interfaz, que utiliza líneas simples para esbozar la estructura y disposición de los elementos. Es una herramienta esencial en el proceso de diseño de la experiencia del usuario.

Watermark: sustantivo masculino *Watermark*, en diseño gráfico y publicidad, se refiere a una marca de agua, generalmente un logotipo o texto transparente, superpuesto en una imagen o documento para indicar la autoría, propiedad o estatus de la obra.

Webinar: sustantivo masculino *Webinar*, en el ámbito de la comunicación digital, es una conferencia, seminario o presentación que se transmite en línea a través de internet. Combina elementos de web y seminario, permitiendo la interacción y participación virtual de la audiencia.

Widget: sustantivo masculino: *Widget*, en diseño de interfaces y comunicación digital, se refiere a un componente gráfico interactivo que puede ser incorporado en una página web o aplicación para proporcionar funciones específicas, como relojes, calendarios o *feeds* de redes sociales.

Wordmark sustantivo femenino: *Wordmark*, en diseño de logotipos y branding, se refiere a un tipo de logotipo que consiste únicamente en el nombre de la marca o empresa, estilizado tipográficamente. Se centra en la representación visual única de las letras.

Whitespace (Espacio en blanco) expresión: *Whitespace*, o Espacio en blanco en español, en diseño gráfico, se refiere al espacio vacío o no utilizado alrededor y entre elementos visuales. Es esencial para la legibilidad, la claridad y la organización visual.

Workflow (Flujo de Trabajo) sustantivo masculino: *Workflow*, o flujo de trabajo en español, en el contexto de diseño y comunicación, se refiere a la secuencia de pasos y tareas necesarios para completar un proyecto. Es la estructura organizativa que guía la ejecución eficiente de procesos creativos y estratégicos.

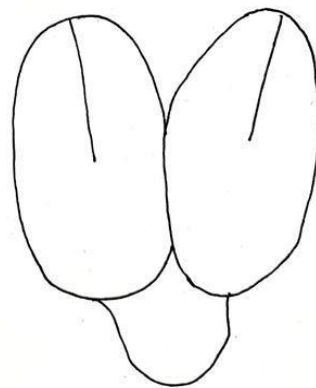
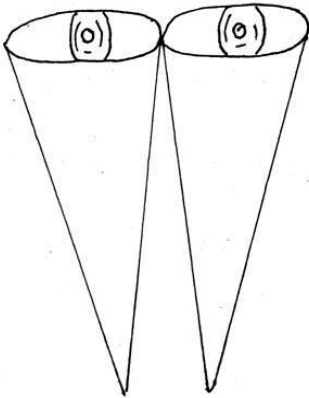
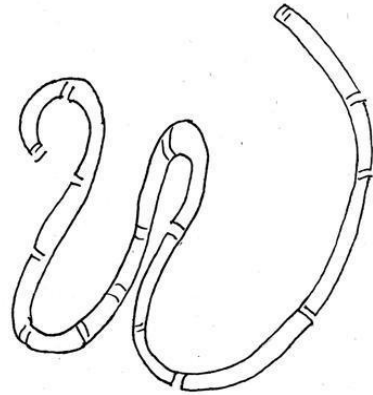
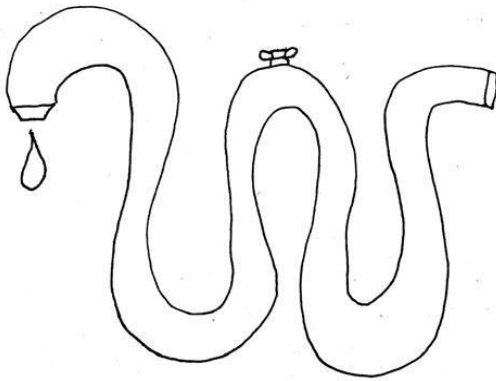
Web 2.0: evolución de la World Wide Web hacia una plataforma más interactiva y colaborativa, donde los usuarios no solo consumen contenido, sino que también lo generan y comparten. Características clave incluyen la creación de redes sociales, blogs, wikis y aplicaciones web que permiten la participación activa y la colaboración entre los usuarios.

Web 3.0: conocida como la web semántica, es la siguiente fase de evolución de la World Wide Web, enfocada en hacer que la información sea más inteligible y utilizable por máquinas. Utiliza tecnologías como inteligencia artificial, blockchain y el internet de las Cosas (IoT) para crear un entorno donde los datos pueden ser compartidos y procesados de manera más efectiva, permitiendo experiencias personalizadas y automatización avanzada.

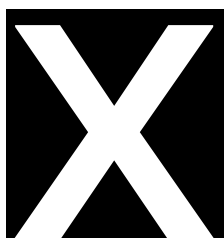
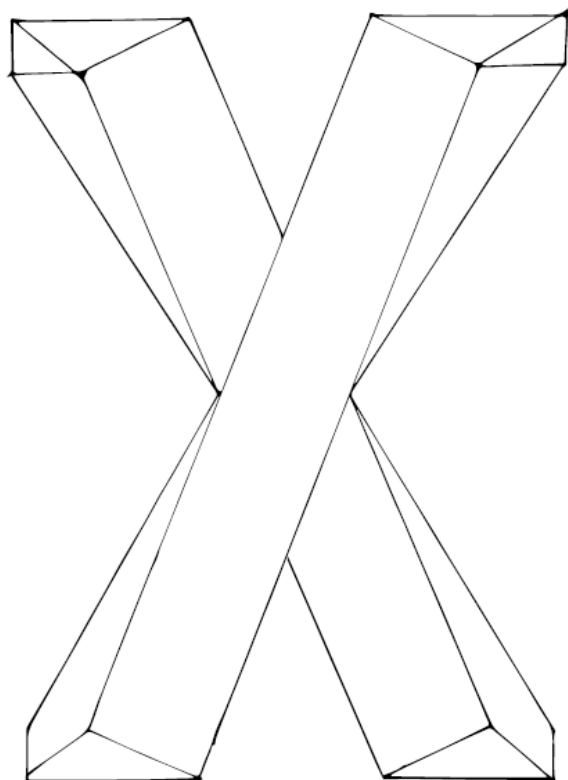
Wiki: plataforma colaborativa en línea que permite a los usuarios crear, editar y enlazar páginas web de manera sencilla. Los wikis son utilizados para la creación y mantenimiento de bases de conocimiento colectivas, donde la información puede ser actualizada y expandida continuamente por múltiples usuarios.

WOM (Word of Mouth): forma de comunicación en la que las personas comparten información sobre productos, servicios o experiencias de manera verbal o escrita con otros individuos. Esta técnica de marketing se basa en la confianza y credibilidad que los consumidores depositan en las opiniones y recomendaciones de amigos, familiares y conocidos, influenciando sus decisiones de compra. Su etimología proviene del inglés “Word of Mouth” (palabra de boca).

Wordpress: plataforma de alojamiento web que permite a los usuarios crear y gestionar blogs y sitios web de manera sencilla, utilizando el sistema de gestión de contenidos (CMS) WordPress. Ofrece una variedad de temas y plugins que facilitan la personalización y funcionalidad del sitio, sin necesidad de conocimientos avanzados de programación.

Figura 23*Letra W del abecedario, múltiple diseño*

Fuente: Elaboración propia (2024)



XML (Lenguaje de Marcado Extensible): expresión: XML es un estándar de codificación que se utiliza para organizar y estructurar datos de manera legible tanto para humanos como para máquinas. Es fundamental en el intercambio de información en entornos digitales.

XHTML (Siglas de Extensible Hypertext Markup Language): o en español “Lenguaje de versión extensible y más estricta de HTML (Lenguaje de Marcado de Hipertexto) utilizado en el diseño web. Proporciona una estructura más clara y compatible con XML.

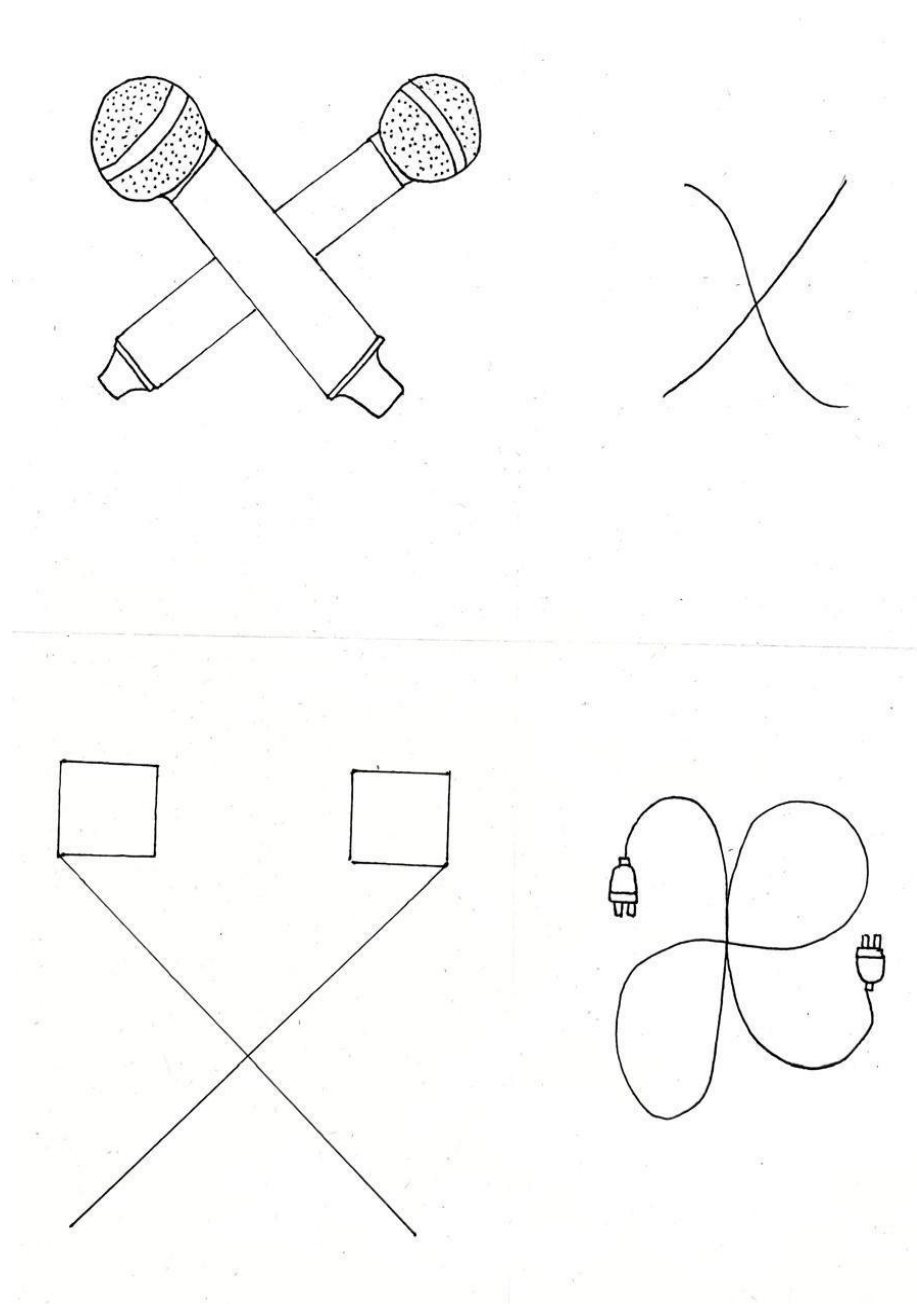
X-Axis: expresión, X-Axis, o Eje X en español, en el diseño gráfico, se refiere al eje horizontal en un sistema de coordenadas , esencial para el posicionamiento y alineación de elementos visuales.

X-Rite: empresa especializada en la fabricación de soluciones de gestión del color para la industria gráfica y de diseño. Sus productos son utilizados en la calibración de dispositivos de impresión y visualización.

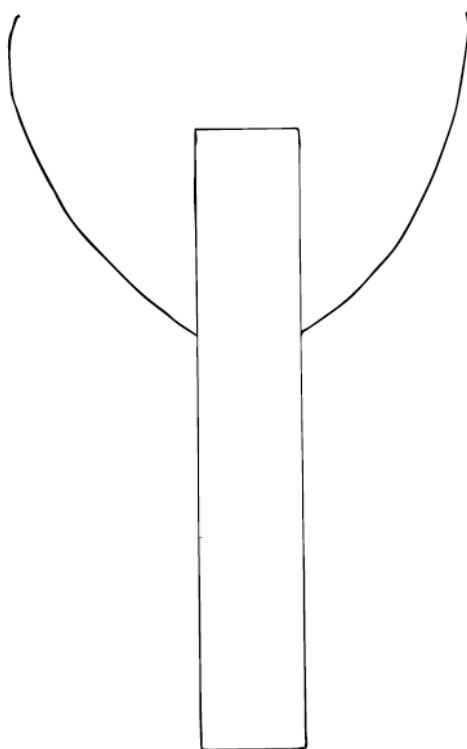
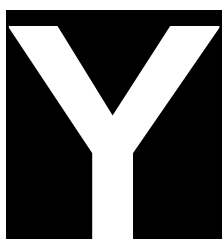
X :(Antes Twitter) es una red social, adquirida por el empresario, inversor y magnate sudafricano Elon Musk. Es el fundador o cofundador de empresas de tecnología como PayPal, Tesla, SpaceX o Neura link.

Figura 24

Letra X del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Y Combinator: semillero de ideas brillantes y empresas emergentes. Es una aceleradora de startups que se ha ganado una reputación significativa en el mundo tecnológico. Fundada en 2005, ofrece programas de asesoramiento, inversión y recursos para startups emergentes. “Y Combinator” no tiene una etimología en el sentido clásico, ya que es el nombre de una organización. Sin embargo, su elección podría aludir a la noción matemática de la “combinatoria”, que se relaciona con la forma en que las ideas y proyectos se combinan y se desarrollan en la incubadora.

Yoast SEO: es un plugin de SEO para sitios web que ayuda en la optimización de contenido para motores de búsqueda. Es relevante en el ámbito de diseño y comunicaciones digitales.

Youtube: es una plataforma de intercambio de videos en línea. Es fundamental para estrategias de marketing de contenidos y publicidad visual.

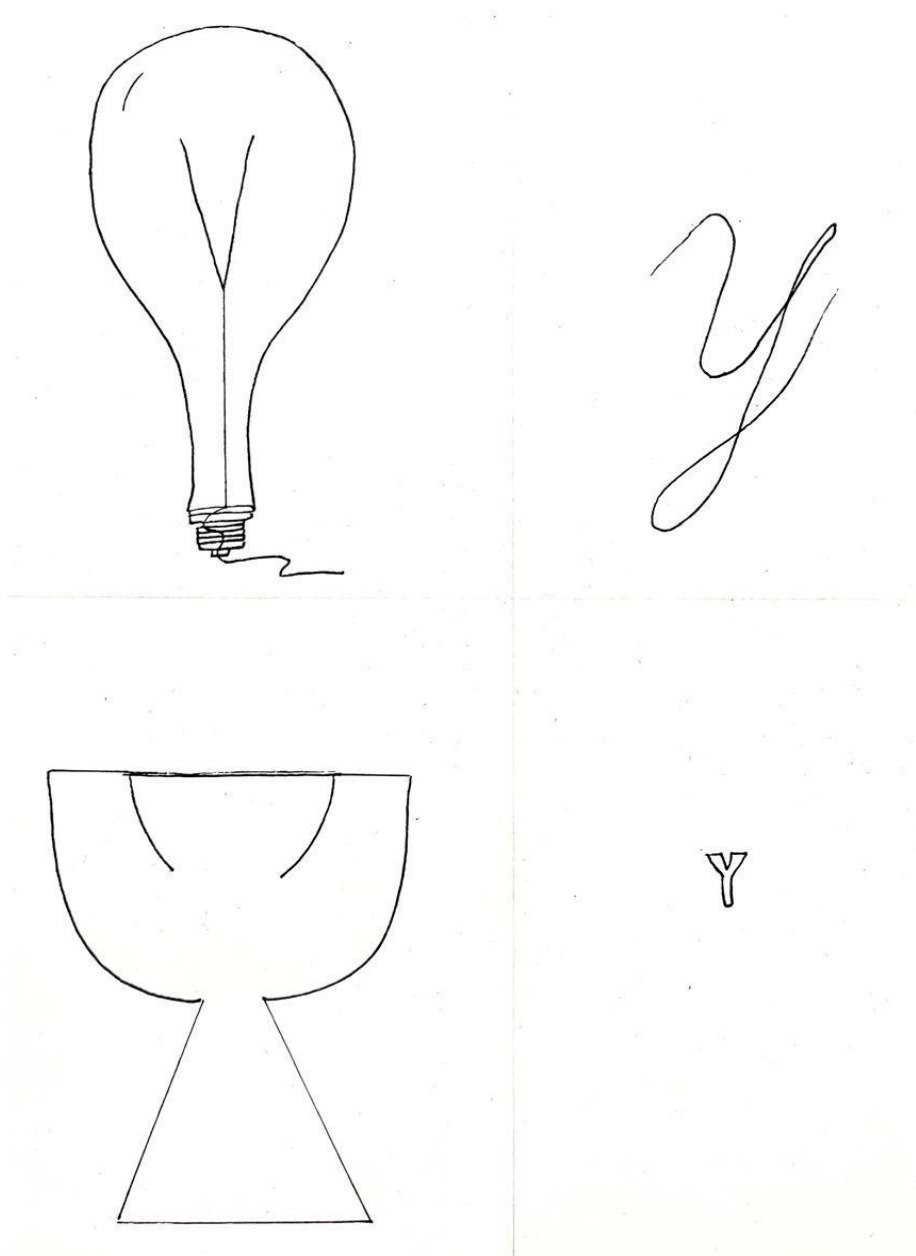
Youtuber: persona que crea y publica contenido en YouTube. En el ámbito de la publicidad y las comunicaciones, los Youtubers son a menudo colaboradores valiosos para la promoción de productos y marcas.

Year-End Review: revisión de Fin de Año en español, es una práctica común en diseño y comunicaciones donde se recopilan y presentan los logros, proyectos y cambios significativos ocurridos durante el año. Es una forma de resumir y reflexionar sobre los acontecimientos.

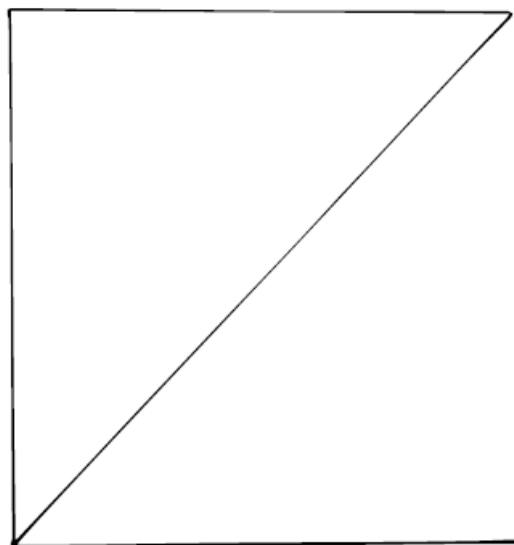
Young Audience: público Joven en español, hace referencia al segmento demográfico más joven al que se dirigen muchas estrategias de diseño y publicidad. Comprender las preferencias y comportamientos de este público es esencial en la creación de contenidos efectivos.

Figura 25

Letra Y del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)



Zoom: se refiere a la acción de acercar o alejar la vista de una imagen, texto o elemento visual. Es una función esencial en aplicaciones de diseño y presentaciones.

Zapping: en publicidad y comunicaciones audiovisuales, se refiere al acto de cambiar rápidamente de un canal de televisión a otro durante la emisión de anuncios. Es un desafío para los publicistas captar la atención en un corto periodo de tiempo.

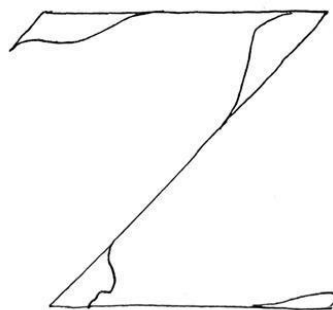
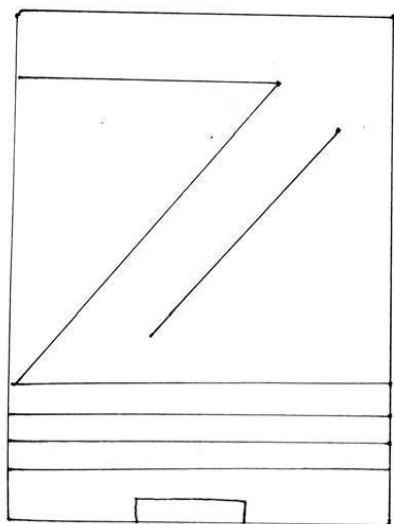
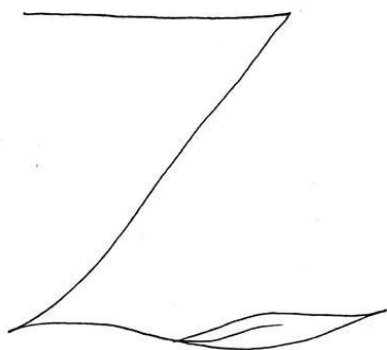
Zine: abreviatura de “magazine”, se refiere a publicaciones independientes y autoeditadas, a menudo enfocadas en arte, diseño, cultura o temas específicos. Los zines son ejemplos de expresión creativa y comunicación alternativa.

Zettabyte: unidad de medida de almacenamiento de datos equivalente a un billón de gigabytes. El manejo efectivo de zettabytes es esencial en la era de la información.

Zócalo: elemento clave para la disposición y la presentación visual. En publicidad, se puede aprovechar como un espacio estratégico para colocar mensajes importantes, y visible en la parte inferior de una pantalla de dispositivos electrónicos, como televisores o monitores. También puede referirse a un área en una interfaz de usuario donde se muestran elementos, como anuncios o información clave.

Figura 26

Letra Z del abecedario, múltiple diseño



Fuente: Elaboración propia (2024)

EPÍLOGO

Abecé de la comunicación digital: Diccionario ilustrado se configura como un ejercicio de síntesis conceptual, que articula el conocimiento académico con el lenguaje visual. A lo largo del libro, cada entrada funciona como una unidad de sentido que invita a reflexionar sobre las prácticas comunicativas contemporáneas desde la mirada del comunicador social inmerso en entornos digitales.

Este proyecto se inscribe dentro de una línea investigativa que reconoce al comunicador/periodista/publicista/diseñador gráfico como un sujeto activo, cuya labor excede lo instrumental para involucrarse en procesos de creación de sentido, participación crítica y transformación cultural.

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 estéticas gráficas básicas.

Ante este panorama, es necesario que los profesionales cercanos a las narrativas digitales, tenga acceso y sean 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.

Las plataformas actuales demandan un lenguaje directo y preciso, promoviendo una “economía de la palabra” que transforma la manera de comunicar en línea, ahí radica la importancia de las imágenes ilustradas. Esta característica, inherente a la comunicación digital, requiere que los profesionales manejen y seleccionen términos que favorezcan el entendimiento rápido, sin

sacrificar la profundidad y relevancia del mensaje, “una imagen dice más que mil palabras”.

Estos profesionales también deben 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 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; palabra e imagen.

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 un cero uno; ser uno, un solo ser.

En ese sentido, esta obra puede ser utilizada en procesos pedagógicos, talleres de alfabetización digital, cursos de teoría de la comunicación, introducción a la publicidad y al diseño gráfico, y en laboratorios de creación. Su potencial reside en el carácter interdisciplinario del enfoque, así como en su capacidad para traducir conceptos complejos en formatos accesibles, sin perder rigurosidad conceptual.

REFERENCIAS

- Consuegra, D. (1992) En busca del cuadrado, Editorial Universidad Nacional de Colombia. <https://books.google.es/s?id=CWTijWVrt3sC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Consuegra, D. (2010) Pensamiento gráfico, Editorial Universidad Nacional de Colombia. <https://ulibros.com/david-consuegra-pensamiento-grafico-1eh51.html>
- Galiana, P. (2023) Glosario de marketing digital: más de 50 términos que deberías conocer. <https://www.iebschool.com/blog/glosario-marketing-digital/>
- Gijón, J. (2019) Glosario de 350 términos de Marketing Digital y SocialMediaquede debesconocer, LinkedIn<https://www.linkedin.com/pulse/glosario-de-350-t%C3%A9rminos-marketing-digital-y-social-gijon-corrales/?originalSubdomain=es>
- Mayela, A. (2023) Términos digitales más importantes que deberías conocer. <https://www.hazlodigital.com/blog/digital/terminos-digitales-importantes-que-deberias-conocer/>
- Ramírez, L. (2020) Agencias digitales: 85 palabras más usadas, Agencias Digitales <https://www.iberpixel.com/insights/experiencia-digital/terminos-mas-usados-agencias-digitales/>
- Rodríguez Támara, (2024) Una mirada hacia el ha (ser) del comunicador social en las nuevas narrativas digitales <https://drive.google.com/file/d/1v8rKhYrBMeOFHXS4zrNv30Nca0k8bDet/view?usp=sharing>
- Rodríguez, T. (2024) Monografía, “Una mirada hacia el hacer del comunicador social, en las nuevas narrativas digitales”, Universidad de Pamplona <https://drive.google.com/file/d/1v8rKhYrBMeOFHXS4zrNv30Nca0k8bDet/view?usp=sharing>

T P E A G

K Ñ H L S

F O M Z

V J

C U D R Y

I W X B N

ÍNDICE DE FIGURAS

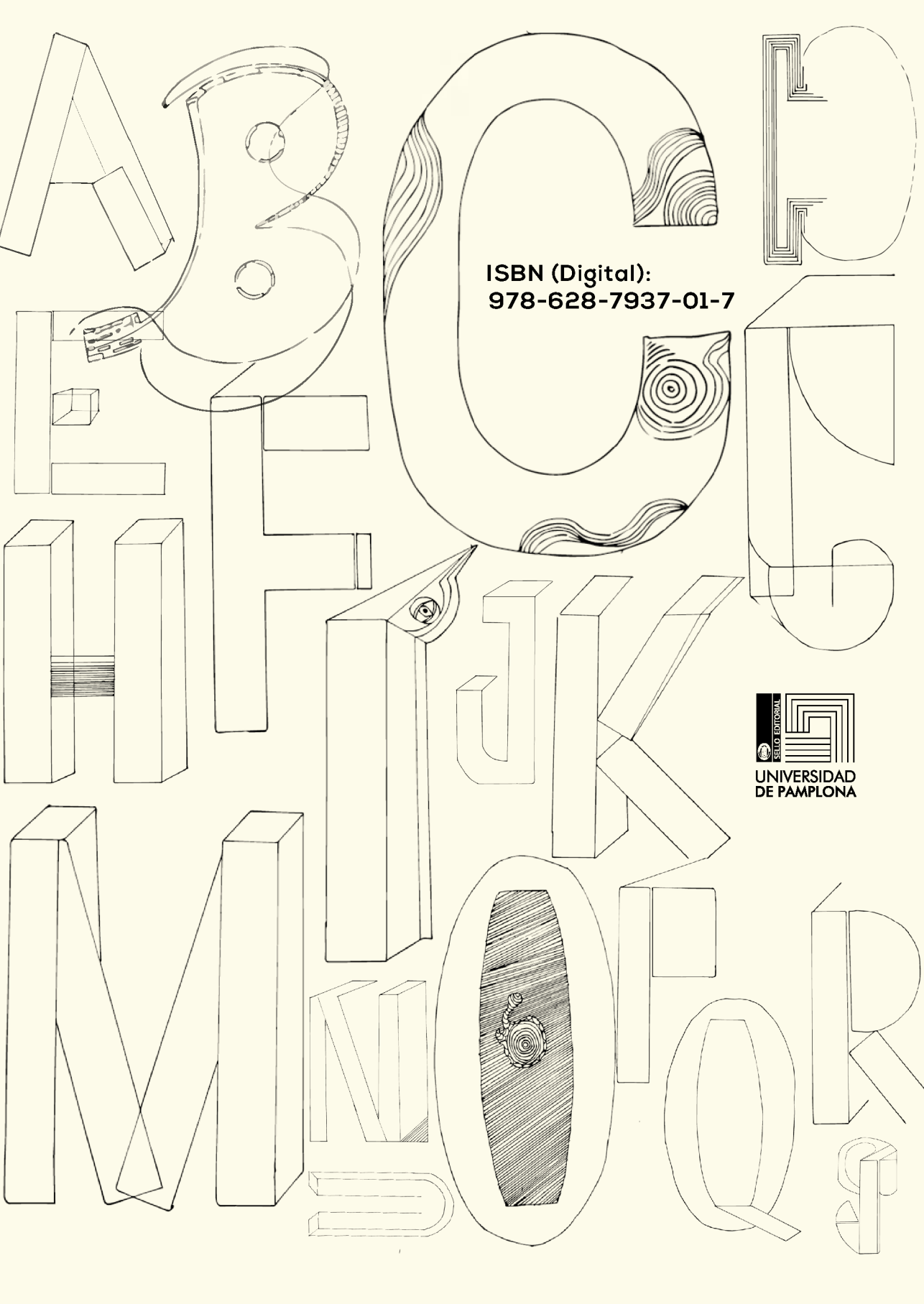
Figura 1. Letra A del abecedario, múltiple diseño	23
Figura 2. Letra B del abecedario, múltiple diseño	28
Figura 3. Letra C del abecedario, múltiple diseño	34
Figura 4. Letra D del abecedario, múltiple diseño	38
Figura 5. Letra E del abecedario, múltiple diseño	43
Figura 6. Letra F del abecedario, múltiple diseño	47
Figura 7. Letra G del abecedario, múltiple diseño	51
Figura 8. Letra H del abecedario, múltiple diseño	55
Figura 9. Letra I del abecedario, múltiple diseño	59
Figura 10. Letra J del abecedario, múltiple diseño	62
Figura 11. Letra K del abecedario, múltiple diseño	65
Figura 12. Letra L del abecedario, múltiple diseño	69
Figura 13. Letra M del abecedario, múltiple diseño	75
Figura 14. Letra N del abecedario, múltiple diseño	79
Figura 15. Letra O del abecedario, múltiple diseño	83
Figura 16. Letra P del abecedario, múltiple diseño	88
Figura 17. Letra Q del abecedario, múltiple diseño	91
Figura 18. Letra R del abecedario, múltiple diseño	95
Figura 19. Letra S del abecedario, múltiple diseño	100
Figura 20. Letra T del abecedario, múltiple diseño	104
Figura 21. Letra U del abecedario, múltiple diseño	107
Figura 22. Letra V del abecedario, múltiple diseño	111
Figura 23. Letra W del abecedario, múltiple diseño	115
Figura 24. Letra X del abecedario, múltiple diseño	118
Figura 25. Letra Y del abecedario, múltiple diseño	121
Figura 26. Letra Z del abecedario, múltiple diseño.....	124

A B C
D H M I E
F K G Y
J N O L Z
T W P Q
X R S

Perfil

Mónica Rodríguez Támara (Catatumbo, Norte de Santander, Colombia). Comunicadora Social de la Universidad de Pamplona (2024). Poeta, escritora y artista. Ganadora de las convocatorias del Programa de Estímulos Artísticos y Culturales de Cúcuta (2020–2022) en literatura, y reconocida por su aporte a la difusión de las artes literarias locales (2023). “Avatara, Fantasías de la Fiebre” su primer libro de poesía, fue publicado por la editorial independiente Escarabajo Editorial, (2024). Abecé de la comunicación digital: diccionario ilustrado es su primer libro académico.

 **ORDIC:** <https://orcid.org/0009-0004-2531-9330>



ISBN (Digital):
978-628-7937-01-7

