



Los medios de comunicación y el impacto en las redes sociales

The media and the impact on social networks.

Velasteguí López Efraín.¹, Velasteguí Pablo Homero.² & Yolanda Tatiana Carrasco Ruano.³

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.260>

Resumen.

Podemos de este modo identificar los tres principales tipos de conocimientos sobre los medios de comunicación y cada uno de ellos merece ser considerado en su propia especificidad. Las redes sociales en su dimensión de instrumento de participación política suscitado y suscitan un vivo interés entre expertos, entre ciudadanos y, en general, entre todos aquellos que se acercan a esta poderosa herramienta de participación e integración democrática. Pueden observarse desde diversas esferas de interés o perspectivas de análisis, desde nuevos instrumentos aptos para la libertad de expresión individual, hasta medios para articular nuevas formas de participación democrática colectiva. Las potencialidades que brinda el nuevo instrumental tecnológico son amplias.

Los medios de comunicación, por otra parte, son un aspecto de la sociedad que nos resulta demasiado familiar para ser comprendido solo en el marco de teorías altamente formalizadas. Otro aspecto de la industria de los medios de comunicación que investigaremos es el vinculado a toda la corriente que parte de la denominada. Son los profesionales de los medios de comunicación, que muchas veces basan sus actividades y sus rutinas laborales en determinadas convicciones atribuidas, según los casos, a la experiencia, a otros factores.

La tecnología en las comunicaciones avanza a una velocidad tan rápida que aprender a dominar las actualizaciones realizadas a cualquier software o aplicación, nuevamente nos dejaría atrás porque de seguro abran nuevas tecnologías que aprender. Un ejemplo de este proceso tan agresivo de crecimiento se puede evidenciar en el artículo de la revista Top

¹ Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, le.velastegui@uta.edu.ec

² Pensionado la Merced, Ambato, Ecuador. pablohomeroVelastegui@hotmail.com

³ Ciencia Digital Editorial, Ambato, Ecuador, tatianacarrasco@cienciadigital.org

Ten Economía donde refleja las diez principales industrias del mundo, siendo las dos principales tecnología y comunicaciones.

Introducción.

Fruto del desarrollo y la evolución de la comunicación social, el impacto de las redes sociales en el contexto comunicativo, mediático, cultural y jurídico de nuestro país es ya una realidad palpable. Se presenta como un libro para entender el actual escenario mediático marcado por las nuevas relaciones que esbozan las redes sociales. Las redes sociales de internet representan el fenómeno que mejor esta contribuyendo a la expansión de una historia mediante la edición, difusión y la generación de múltiples debates en la red. Los estudios de caso que se abordan en este libro ejemplifican, en definitiva, el impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación necesariamente construidos bajo el prisma de la conectividad como característica esencial de esta nueva etapa de la historia de la comunicación social.

Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy que quizá mañana no existan, y otros nuevos aparecerán dejando obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes, y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos. Por todo ello, vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet.

Desarrollo.

Según(n.d.; Maldonado, 2015)considera aquí una aproximación a las redes sociales de carácter multisectorial con el propósito de ofrecer algunas líneas de trabajo futuras para que estas redes puedan promover mejores opciones que favorezcan la participación, al menos, en el circuito de la opinión pública que no depende de los medios de comunicación convencional: televisión, radio o prensa en sus dimensiones no virtuales o electrónicas. Pensamos, que diversas regulaciones normativas como aquellas que tienen que ver con la propiedad intelectual y con la protección de datos pueden favorecer o dificultar la evolución de lo que estas redes pueden significar en las dimensiones apuntadas. Pero quizá más importante que la multiplicación de las publicaciones digitales sea su consolidación cualitativa en el mercado de los medios. Las empresas de comunicación entienden ya internet como un factor estratégico para su futuro. Internet reclama, obviamente, el desarrollo de procedimientos editoriales específicos para las publicaciones

digitales; sin embargo, también reclama la renovación en paralelo de los procedimientos editoriales empleados por los medios clásicos.

Según mi criterio se puede afirmar sin riesgo a equivocarse en exceso que las redes sociales que se han convertido ya en herramientas para el desarrollo y progreso de la expresión del pensamiento de los ciudadanos, las redes sociales son en la actualidad el instrumento de expresión de millones de personas en el mundo tecnológicamente avanzado en tiempos pasados a su advenimiento eran receptores, espectadores pasivos y silentes de los medios de comunicación, en la actualidad los medios empiezan a formar sus agendas con las agendas emergentes de las redes sociales.

Tipos De Medios De Comunicación

Según(Salaverría, 2005; Sánchez Herrera, 2010) en cuanto a tipos de medios de comunicación, tanto las televisiones como las radios han apostado hasta cierto por Internet. Tanto para dar noticia de sus programaciones como también, de provechar las informaciones que llegan a las redacciones y que se aprovechan en un porcentaje aun menor que en los medios impresos.

Los medios escritos, radiales y televisivos eran los medios masivos de comunicación donde el mensaje llega a millones de personas a la vez. La comunicación personal se limitaba a los mensajes por correo, telégrafo, telecomunicaciones y facsímil. El destinatario de la comunicación personal como el transmitente intercambia información de dos vías sin mucha posibilidad de trasladarse a los espacios públicos. Con el surgimiento del internet y las redes sociales el acceso a los espacios públicos se ha abierto a todo ser humano.

Según mi criterio con el pasar de los años nacen nuevas formas de comunicación como Instagram, creada en diciembre de 2014, en la cual se establece la dinámica de montar fotos y videos y en donde los demás usuarios puedan realizar comentarios al ver tus publicaciones; además ofrece una herramienta para mensajes directos y el Instagram Stories, otra forma novedosa de comunicación en donde puedes grabar en vivo y montar estos videos en tu perfil para que tus usuarios lo vean, muy parecido al Snapchat, que también es un red social que en su momento tuvo mucha popularidad; pero que ahora ha sido desplazada un poco por el Instagram Stories; ya que en esta red se montan videos en vivo y dispone de mensajes directos y comentarios que pueden realizar tus usuarios. Muchas personas en el mundo usaban Snapchat; pero al ver que Instagram disponía de la nueva actualización de Instagram Stories, prefirieron usar una sola aplicación que tuviera ambas funciones, por lo que migraron a Instagram.

Las redes sociales

Según(Boni, 2008; Celaya, 2011) las redes sociales son estructuras sociales que funcionan como medios de comunicación, para facilitar la difusión de mensajes en canales de información, acortando distancias y tiempos de envío de mensajes, todo ello facilitando las relaciones de parentesco, relaciones personales, relaciones organizacionales, entre

otras. Estos medios de comunicación facilitan a muchas personas que están en países distintos, en ambientes diferentes y que pertenecen a diversas culturas, mantenerse comunicados e informados. Asimismo, los tiempos de envíos de los mensajes, al ser de forma inmediata permite acortar los tiempos de difusión y hacer de esta una comunicación más directa. Una de las primeras redes sociales que existió fue Hi5, una manera diferente de comunicarte con tus amigos y por la cual podías visualizar fotos de las demás personas y hacer comentarios de las mismas. Seguidamente el impacto de la comunicación se transmitía a través del Messenger, en donde también podías comunicarte con tus amigos, a través de mensajes, zumbidos, imágenes, entre otras características. Años después se instaló en nuestras vidas el Twitter, creado en California en marzo del año 2006. En esta red social se colocan mensajes de 140 caracteres, llamados tweets, acompañados de imágenes, videos, menciones, etiquetas y un sinnúmero de funciones que nos han ayudado a mantenernos informados de lo que pasa en la sociedad.

Según mi criterio muchas personas en el mundo usan esta red social porque al ser mensajes cortos la comunicación es mucho más directa. Asimismo, se creó el Facebook, en el año 2007, el cual inicialmente era un proyecto de los alumnos de la Universidad de Harvard, como un canal de comunicación para mantenerse informados; pero al ser un proyecto tan exitoso se hizo extensivo para el uso de todos los usuarios que actualmente la utilizan. Esta red social se presentó como una manera novedosa de comunicación en donde las personas suben sus fotos, álbumes, pueden realizar comentarios en dichas imágenes, posee un muro para notificaciones y mensajes públicos y además posee un chat para conversar con tus amigos de manera privada. Esta red social al tener todas estas herramientas que resultaban muy útiles para la sociedad se posicionó rápidamente en el mercado y actualmente es uno de los medios más usados en el mundo. Lo novedoso de estas redes sociales es que acortan los tiempos de comunicación y además puedes mantenerte informado acerca de amistades, noticias, productos, servicios y un sinnúmero de información que puedes encontrar en las mismas. Muchas de estas redes sociales son empleadas en la actualidad para el mercadeo, a diario vemos como en Instagram hay un sinnúmero de publicidades; perfiles comerciales; ventas de productos; tiendas virtuales de ropa, accesorios, calzado, entre muchas más; perfiles de servicios; perfiles de empresas, entre otros.

La Comunicación

Según(González de la Garza, n.d.; Noguera, 2000) la comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos y cualquier otra cosa que puede ser transmitida. La forma de pensar en los estudiantes experimenta una revolución que se inicia aproximadamente, a los once años. Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación. En realidad, los medios de comunicación y en particular la televisión, no les proporcionan a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar a desarrollar sus procesos de pensamiento y a sentir que están en un mundo racional. Se expone la terminología propia

de las redes sociales y se pone énfasis en las estrategias de supervisión y control adulto. Se detallan los aspectos positivos que las nuevas tecnologías ofrecen diversas oportunidades de aprendizaje, entretención, socialización, desarrollo de habilidades, creatividad y mejora de la motivación al aprendizaje especialmente en adolescentes, entre otros y los aspectos negativos asociados distanciamiento afectivo, pérdida de límites en la comunicación y pérdida de la capacidad de escucha, entre otros.

Según mi criterio son millones los individuos en todo el mundo, especialmente adolescentes y jóvenes, que se han dejado seducir por las nuevas tecnologías e internet, incorporándolos en su vida cotidiana, en sus comunicaciones y en sus vínculos 1. Sin embargo, la aparición de diferentes aplicaciones ha estado ligada al desarrollo de conductas adictivas 2, en algunos individuos con determinadas características, creándose a partir de ello el concepto de Conducta Adictiva a Internet, el cual no logró consenso entre los expertos antes de la publicación del DSM 5 3. A partir de esto, resulta indispensable por parte de los adultos auto educarse y aprender todo lo relativo a internet, aplicaciones y redes sociales. Sólo así es posible ejercer un adecuado monitoreo, acompañamiento y supervisión 6, especialmente en la etapa adolescente. La masiva popularidad de la comunicación en línea entre los adolescentes ha provocado reacciones encontradas. Las preocupaciones se han focalizado en el desarrollo de relaciones superficiales con extraños, en el riesgo de adicción y en el aumento de la probabilidad de ser víctima de ciberacoso. Desde otra perspectiva, se puede considerar a internet como una oportunidad para mantener y profundizar relaciones creadas de manera presencial, para explorar la propia identidad, encontrar apoyo a problemas de desarrollo en temas sensibles, desarrollar habilidades, entre otros.

Los Medios Digitales

Según(Crespo, n.d.; Díaz, n.d.) los medios digitales generan múltiples nuevos contextos para expresar y explorar aspectos de la identidad 10. Los individuos actúan en distintos espacios, creando diversas identidades que van cambiando a muy rápida velocidad y que pueden generar experiencias interpersonales e intrapersonales enriquecedoras o destructivas, según cómo se utilice la comunicación online. Otro elemento a considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental. Sin embargo, también es posible transmitir a través de la web, mensajes claros y seguros, produciéndose con ello oportunidades enriquecedoras para el propio desarrollo, pudiendo llegar a ser la comunicación online un referente importante en algunos tópicos.

Se encuentran aquí postulados básicos sobre la comunicación: “No se puede no comunicar, en toda comunicación existe un nivel de contenido y un nivel de relación, la naturaleza de una relación depende de la forma de puntuar o pautar las secuencias de comunicación que cada participante establece, en toda comunicación existe un nivel digital (símbolos lingüísticos o escritos) y un nivel analógico (conducta no verbal). Todos

los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o la diferencia”.

Según mi criterio a partir de los estudios que muestran las altas cifras de uso y abuso de las redes sociales en adolescentes y jóvenes, se desprende la gran atracción que ejercen en este grupo etario tan vulnerable por sus procesos neuro psicológicos y sociales. Por eso, se hace necesario revisar los efectos negativos que pueden producir estos nuevos estilos de comunicación y de conexión permanente. El abuso de redes sociales ha mostrado una asociación con depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas total de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono escolar. También ha sido asociado con un amplio rango de problemas psicosociales. Estudios han revelado falla en la toma de decisiones en los adictos a juegos online.

El fenómeno que se produce en este tipo de comunicaciones es que el receptor recibe y reacomoda la información en función de sus posturas filosóficas y culturales, para reenviarla dando su punto de vista sobre los hechos. Por supuesto que esto es así debido a la conciencia de que todos los individuos son libres e iguales y tienen el derecho a dar su opinión. La dimensión cultural de la comunicación permite dar cuenta de la incomunicación y de la separación de otras posturas, de modo que Facebook también constituye un medio para lograr la convivencia entre distintos pensamientos. Con esto, Wolton (2006), habla de que con la comunicación se busca compartir e, intercambiar. La tercera mundialización que corresponde a la cultural y comunicacional genera la necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática.

Sin embargo, dice que el hombre no vive del intercambio de informaciones ni de mensajes sino de relaciones. Es por ello que ante tanto flujo de información la sociedad se permite elegir lo que quiere escuchar de lo que no. Esto permite fundar la libertad y hace que las personas, aunque pasen varias horas del día expuestas ante los medios, no sean totalmente manipuladas por los mensajes que reciben. Los medios como Facebook o My Space permiten que ahora la comunicación sea multidireccional. El receptor pasó de ser pasivo a activo. Ahora pregunta, cuestiona, escoge, argumenta y opina.

El principio de contractualización permite que haya una comunicación real y efectiva. El principio de reciprocidad marca una actividad conjunta entre los televidentes y los integrantes del programa y por último el principio de influencia se marca cuando los usuarios dan su opinión sobre determinado tema.

El principio de reciprocidad se ve claramente evidenciado en la interacción de la gente con el programa, hay una cooperación verbal, una actividad conjunta entre los televidentes y los panelistas, en donde el enunciado de cada uno se apoya sobre el enunciado del otro. Este modelo permite claramente dar cuenta de la interacción producida entre las diferentes partes.

Las nuevas herramientas tecnológicas de comunicación que nos ofrece Internet han favorecido una mejor comunicación y participación de la audiencia. Al vídeo y el audio se han unido los blogs, foros, chats y redes sociales, siendo estas un canal fundamental de comunicación.

La audiencia toma un papel de medio de comunicación social capaz de influir en la opinión pública de la que forma parte, utilizando como canales fundamentales las RRSS. Redes sociales como Facebook y Twitter con millones de usuarios se han convertido en las plataformas preferidas para la divulgación contenidos y son unas excelentes herramientas para que los medios de comunicación profundicen en el alcance y repercusión de sus publicaciones.

Este nuevo escenario hace que los medios tradicionales compitan en contenido con nuevos sistemas de información que reconfiguran el espacio mediático donde la opinión aparece más segmentada, transparente incluso instantánea. La relación del público con los medios ha cambiado y las redes sociales dejan un rastro digital que aporta conocimiento a los medios en dos sentidos: el usuario digital y el impacto que los contenidos tienen en la sociedad.

El análisis tradicional de las redes sociales nos ha llevado a obtener datos tan significativos como son la percepción del usuario con la marca, el sentimiento que desprende hacia ella e incluso gestionar crisis de marca.

Gestionar esta información de una manera eficiente permite a los medios de comunicación sacar el máximo rendimiento a su principal fuente de ingresos como es la publicidad: conocer el tipo de noticia que más impacta en una hora concreta del día, quién es su lector fiel y cuándo y cómo se conecta mejora el impacto de los anuncios publicitarios y repercute directamente en su cuenta de resultados.

El rastro del usuario digital supone un nuevo paradigma en los medios de comunicación que les permite tomar decisiones de negocio basado en datos objetivos de su audiencia. Internet está introduciendo cambios radicales en la manera de comunicar de las personas y las organizaciones. Ha variado los esquemas lineales, sencillos y previsibles de la comunicación mediática tradicional. En su lugar aparecen complejas redes en las que permanentemente intervienen actores heterogéneos que no pueden ser controlados y a las que se incorporan sin descanso nuevos participantes.

Una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: video, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permite que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, micro blogs y wikis o redes sociales de Internet. El análisis de redes sociales estudia esta estructura social aplicando la teoría de grafos e identificando las entidades como nodos o vértices y las relaciones como enlaces o artistas. La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja.

También es una red un grupo de paginas web que usan hiperenlaces para referirse unas a otras. Las redes son también complejas donde los nodos son agentes, porque hacen algo, mientras que los aristas o arcos expresan una relación social. Inicialmente, el software de las redes sociales como servicio parte de la teoría de los seis grados de separación. Se trata de una teoría que no esta probada totalmente en la cual se intenta dar una explicación científica al dicho popular de que el mundo es un pañuelo, y al que nos referimos en ocasiones en las que en lugares remotos o en situaciones inesperadas nos encontramos con personas que tienen algunas relaciones con personas de nuestro entorno habitual.

La comunicación es una herramienta indispensable de las empresas en su relación con los públicos. Hoy en día, se hace especialmente interesante acercarse a la comunicación empresarial porque esta adopta nuevas formas de llegar al público, se diversifican los mensajes por la pérdida de eficacia de los medios tradicionales y las estrategias se adaptan a nuevas necesidades y exigencias del mercado. La comunicación interna sirve para reforzar la involucración del publico interno mediante la constante información de los procesos que vive la organización en un entorno cambiante lo que constata la importancia que se les concede en el desarrollo de la empresa.

De esta forma, es más sencillo comunicar externamente el rumbo adaptado por sus responsables. Es entonces cuando adquiere sentido la estrategia empresarial, ya que comunicar una decisión refuerza a la empresa ante sus públicos. Esas son las realidades que enfrentamos, pero hay algo que obviamos en este análisis. El mundo camina cada vez más con la lógica de la racionalidad y quienes sepan diferenciar tendrán una ventaja competitiva sobre los otros. La comunicación interna apunta a utilizar el mismo concepto de comunicación integral aplicado desde hace tiempo a la comunicación externa. El fenómeno que se produce en este tipo de comunicaciones es que el receptor recibe y reacomoda la información en función de sus posturas filosóficas y culturales, para reenviarla dando su punto de vista sobre los hechos. Por supuesto que esto es así debido a la conciencia de que todos los individuos son libres e iguales y tienen el derecho a dar su opinión.

Conclusiones

- La dimensión cultural de la comunicación permite dar cuenta de la incomunicación y de la separación de otras posturas, de modo que Facebook también constituye un medio para lograr la convivencia entre distintos pensamientos. Con esto, Wolton (2006), habla de que con la comunicación se busca compartir e, intercambiar. La tercera mundialización que corresponde a la cultural y comunicacional genera la necesidad de respetar la diversidad cultural, organizando así la convivencia de éstas sobre una base democrática.
- Los canales de información interna que se utilizan de forma habitual en las organizaciones son: revistas internas, manuales, videos, folletos, cartas, banners, teniendo cada vez más información actualizada de todo lo que ocurre en la comunidad de la empresa. Se puede destacar la evolución de medios como son: manual de bienvenida, los tabloncillos de anuncios y el portal de empleado, y entre

otros, teniendo en cuenta su rápida difusión a todos los miembros de la organización.

Referencias Bibliográfica.

Antonio Franco Crespo. (n.d.). *La tecnología y los jóvenes: El impacto de la tecnología en los jóvenes, sus ...* - - Google Libros. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=16QxTQrohBkC&printsec=frontcover&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV0pWalLHeAhWHxYMKHWCKBgcQ6AEIJjAA#v=onepage&q=libros el impacto de las tecnologías&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=16QxTQrohBkC&printsec=frontcover&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV0pWalLHeAhWHxYMKHWCKBgcQ6AEIJjAA#v=onepage&q=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&f=false)

Boni, F., & Climent, J. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Celaya, J. (2011). *La empresa en la web 2.0 el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Gestión 2000.

Dra. Damalin Judith Díaz Suárez. (n.d.). *Bibliotecas Públicas, Nuevas Tecnologías De La Información: Impacto En El ...* - - Google Libros. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=Jk7-kz87Rp0C&dq=libros+el+impacto+de+las+tecnologias&hl=es&source=gbs_navlinks_s

El Impacto de las Redes Sociales en la sociedad - Monografias.com. (n.d.). Retrieved November 5, 2018, from <https://www.monografias.com/trabajos108/impacto-redes-sociales-sociedad/impacto-redes-sociales-sociedad.shtml>

González de la Garza, L. M. (n.d.). *Redes sociales, instrumentos de participación democrática : análisis de las tecnologías implicadas y nuevas tendencias*.

Maldonado, M. C., & Alejandro, M. (2015). Razón y Palabra, 19. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199536848022>

Noguera Vivo, J. M., Martínez Polo, J., & Grandío Pérez, M. del M. (2000). *Redes sociales para estudiantes de comunicación : 50 ideas para comprender el escenario online*. Editorial UOC.

Salaverría, R. (2005). *Cibermedios : el impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sánchez Herrera, J., & Pintado Blanco, T. (2010). *Nuevas tendencias en comunicación*. ESIC Editorial. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-nuevas-tendencias-en-comunicacion/9788473566940/1772457>

Para citar el artículo indexado.

Velasteguí E, & Velastegui P. (2018). Los medios de comunicación y el impacto en las redes sociales. *Revista electrónica Visionario Digital* 1(1), 19-33. Recuperado desde: <http://www.visionariodigital.org/index.php/VISIONARIODIGITAL/article/view/40/47>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la Revista Ciencia Digital.

El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Revista Ciencia Digital.

