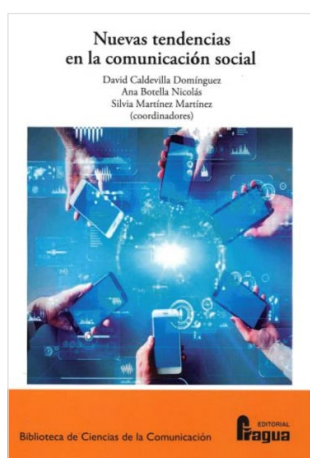




NUEVAS TENDENCIAS EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Lydia Jiménez García, *Universidad Europea*

22127790@live.uem.es



Durante los últimos años, los métodos de comunicación han ido variando adaptándose a la llegada de nuevos formatos. En este contexto, nacen las nuevas tecnologías —haciendo especial hincapié en internet y en las redes sociales (RR. SS.)—. Estas han supuesto una revolución en el paradigma de interacción social. El mundo digital se ha convertido en el elemento más utilizado por la sociedad, llegando a ser un aliado indispensable tanto en el plano profesional como en el personal.

Motivado por el auge producido en el marco de la digitalización, nace el libro *Nuevas tendencias en la comunicación social*, de David Caldevilla Domínguez, Ana Botella Nicolás y Silvia Martínez Martínez. Esta obra ofrece una recopilación de gran cantidad de corrientes de investigación basadas en casos concretos de la comunicación digital, con el objetivo de mostrar una vista general y actual de situaciones que forman parte de la cotidianidad social.

En un plano previo al Covid-19, el uso de los medios digitales ya era evidente, aunque en el prólogo se acredita que “el uso de recursos digitales [...] iba *in crescendo*...” (Caldevilla et al., 2022, p. 13). Sin embargo, la crisis sanitaria obligó a la sociedad a adecuarse a un cambio radical en su vida diaria. En el desarrollo del texto, se recoge una sucesión de capítulos vinculados a la transformación significativa que sufrieron las tecnologías durante la pandemia, en la que la interacción personal fue limitada, dando lugar al auge de la digitalización como medio de comunicación predominante.

Además, esta fue usada como herramienta de comercialización, hecho que se vio en diversas empresas, que recurrieron a las redes sociales para ofrecer sus productos y servicios de manera virtual. La publicación recoge varios casos que muestran cómo el Covid-19 potenció que diversos sectores tomaran conciencia y adoptaran la versión digital para llegar a su audiencia. Entre ellos, se expone el caso del Museo Sorolla, que durante la pandemia disminuyó en su totalidad el número de visitas.

Por este motivo, se vieron obligados a variar su estrategia haciendo un uso mayoritario del espacio virtual. El auge de la digitalización promovió considerablemente el surgimiento de nuevas oportunidades dentro del marco tecnológico. Ligado a esto, en el escrito se muestra una sucesión de investigaciones entre las que destaca la contribución que han hecho las redes sociales en la toma de conciencia de situaciones relevantes como la igualdad de género o la salud.



Este paradigma de cambio de la era digital, pese a parecer algo muy positivo, ha contribuido a la aparición de situaciones negativas. Diversos capítulos destacan el impacto desfavorable que esta ha tenido en la sociedad, haciendo especial hincapié en los jóvenes, en la fragilidad que se ha gestado en la población, en el control exacerbado que se tiene de las personas, en la disminución de las relaciones interpersonales, así como en la brecha digital actual y los delitos de odio ocasionados dentro de las RR. SS. Con motivo de la masiva utilización del plano digital, la competencia ha sido un elemento que se ha visto incrementado. Este hecho enfatiza la necesidad de destacar frente al resto. A partir de esto, el libro recoge un estudio en el que se aborda dicha situación.

La digitalización trae consigo gran cantidad de modificaciones, entre ellas se encuentra una menor limitación, la libertad en cuanto al acceso y a la distribución de información es más visible. Ahora las personas son capaces de buscar, acceder y difundir multitud de contenidos sin barreras. Así mismo, la libre creación de usuarios en las redes sociales, así como la distribución del contenido libre —ya sean ideas, opiniones o informaciones—, es un hecho que se pone de manifiesto en las páginas del escrito al mostrar investigaciones en las que los usuarios han sido utilizados como intermediarios para conseguir un fin económico, lo cual se ha visto tanto en el sector del *marketing* como en el de publicidad, ya que la creación de contenido de estos en las RR. SS. posee un gran impacto.

Tanto es así que uno de los estudios de la obra acredita la existencia de la polarización en la esfera social debido a la opinión gestada en las redes sociales. A partir de ello, es importante hacer especial énfasis en que la falta de regulación ha propiciado la propagación desmesurada de informaciones falsas, las denominadas *fake news*, generando en la sociedad un panorama de desinformación. Debido a la relevancia que posee este hecho y su impacto en la sociedad, el texto recoge diversas investigaciones en las que se muestra la importancia de la verificación y el periodismo de datos. Vinculado a esto y a la trascendencia de buscar información en fuentes fiables, está el periodismo tradicional, que ha sufrido un cambio significativo.

En la actualidad, la inmediatez de la digitalización ha favorecido el incremento de búsquedas en internet. Dentro de este contexto, la prensa escrita, al dejar de poseer una actualización inmediata y carecer de un acceso instantáneo, ha pasado a ser ignorada por parte de la sociedad. Como consecuencia se ha producido la adaptación de la prensa escrita a su versión digitalizada. Diversos estudios del libro realizan un análisis exhaustivo de la prensa actual exponiendo los resultados que acreditan el cambio del consumo de prensa.

En sintonía con lo anteriormente mencionado, este hecho es respaldado por los profesionales que acreditan las investigaciones en esta publicación. Aunque cabe destacar que no son los únicos, dado que existen diversas obras, entre ellas *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*, escrita por Jesús Miguel Flores Vivar (2013), en la que se ponen de manifiesto las dificultades a las que se han visto sometidos los profesionales de la comunicación, al igual que la relevancia de la utilización de herramientas digitales en la era tecnológica.

Por su parte, con una mirada hacia el futuro, *Nuevas tendencias en la comunicación social* expone diversos estudios que aportan innovadoras estrategias de comunicación a través de experiencias inmersivas, las cuales presentan un nuevo enfoque de interacción social en diferentes entornos. Múltiples capítulos del libro hacen mención de esto, mediante elementos como el *tour* virtual o los videos 360°, en los que se pretende permitir a los usuarios sumergirse en un ambiente determinado y tener una experiencia más auténtica.



Referencias

1. Caldevilla Domínguez, D., Botella Nicolás, A., & Martínez Martínez, S. (2022). *Nuevas tendencias en la comunicación social*. Editorial Fragua.
2. Flores Vivar, J. M. (2013). *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*. Editorial Fragua.

Datos del libro

Título: Nuevas tendencias en la comunicación social

Lugar y año: Madrid, 2022

Autores: David Caldevilla Domínguez, Ana Botella Nicolás y Silvia Martínez Martínez

Editorial: Fragua

Número de páginas: 631