

## La comunicación cambió

MSC. Omar Cepeda Meoz, Docente Titular de la Facultad de Humanidades y Educación de la URBE. Profesor Jubilado de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ.

El mundo ha cambiado y con el la comunicación, pero sobre todo la manera de comunicarnos está cambiando el mundo.

En la actualidad todo está mediatizado: las grandes noticias termina generando conversaciones en las redes sociales y así mismo esas conversaciones se convierten en noticias.

Un video, tomado desde un teléfono celular por un transeúnte, se puede convertir en noticia y terminar publicado en CNN, por ejemplo, y a su vez lo que dice CNN termina siendo tendencia en las redes sociales. Es un Big Bang, una “explosión” constante.

En ese escenario, las empresas, las ONG, las marcas, las personas se preguntan: ¿Cómo resaltar en medio del caos?

No hay fórmulas ni recetas, pero todos los días unos pocos brillan, destacan y resaltan en medio de un maremágnum de publicaciones porque lo hacen con estrategia.

La estrategia es más importante que nunca porque hay que pensar mucho para actuar asertivamente y destacar en un mundo donde las reglas las ponen los usuarios, los consumidores porque estos son los que deciden qué ven, dónde lo ven y cuándo lo ven. Ellos se han empoderado y consumirán los contenidos si quien los genera les cae bien, le irradia simpatía y les causa empatía y eso hará que ellos lo compartan y los hagan virales.

En días de Fake news, Deep fake y Postverdad complican mucho la manera de comunicarnos en este atribulado mundo del siglo XXI.

La transparencia, la verdad son las primeras bajas en esta avalancha incontenible, porque muchos nos dimos cuenta tarde, que la comunicación cambió y para hacerle frente a esos cambios hay que “pensar fuera de la caja “aplicando el pensamiento lateral si queremos obtener otros resultados.

