

LA INNOVACIÓN DESDE LA PERSUASIÓN COMUNICATIVA SOCIAL

La comunicación, en su capacidad de persuadir, influir y transformar, es un pilar fundamental en la construcción de las sociedades contemporáneas. En un entorno donde los medios, las tecnologías digitales y las estrategias discursivas convergen para modelar la opinión pública, resulta imprescindible analizar cómo se construyen y transmiten los mensajes socializadores. Este monográfico se plantea como un espacio de reflexión y análisis interdisciplinario sobre las nuevas dinámicas comunicativas y sus efectos en la configuración de la realidad social. Como afirmaba Quintiliano, *"no hay nada que persuada más que la palabra bien dicha"*, destacando la relevancia del lenguaje en la consolidación de vínculos, identidades y valores colectivos.

El objetivo central de esta convocatoria es explorar cómo la innovación en la formulación y difusión de mensajes puede transformar percepciones, fomentar la inclusión y fortalecer la identidad social. Se busca analizar los procesos mediante los cuales las estrategias comunicativas, apoyadas en el desarrollo tecnológico y en enfoques discursivos contemporáneos, generan impacto en distintos ámbitos. La incorporación de recursos digitales y la adaptación de los discursos a una audiencia cada vez más heterogénea evidencian la necesidad de estudiar los factores que intervienen en la eficacia del mensaje.

Uno de los ejes de análisis es la transformación de los procesos comunicativos en el ámbito educativo y su papel en la transmisión del conocimiento. La incorporación de nuevos métodos y la diversificación de los canales de difusión han redefinido las prácticas pedagógicas, generando desafíos en la interacción y comprensión del discurso. Es crucial examinar cómo estas transformaciones influyen en la construcción de significados y en la manera en que se articula la enseñanza en un contexto de cambio constante.

Asimismo, los medios tradicionales continúan desempeñando un papel clave en la cohesión social y en la preservación de la memoria colectiva. La relación entre las formas convencionales de comunicación y las nuevas estrategias digitales plantea interrogantes sobre la integración de estos modelos en una sociedad interconectada. Analizar la interacción entre diferentes sistemas comunicativos permite comprender cómo evolucionan los discursos y qué impacto tienen en la percepción colectiva.

Otro aspecto fundamental es la construcción de la identidad a través del discurso. La configuración de narrativas que refuercen la pertenencia y el reconocimiento social es un elemento esencial en la comunicación. La manera en que se articulan las representaciones simbólicas y los valores compartidos influye en la consolidación de comunidades y en la forma en que se proyectan los imaginarios colectivos.

Desde una perspectiva ética, la comunicación plantea desafíos en la producción y difusión de información. La proliferación de discursos persuasivos y la influencia de los entornos digitales en la construcción de la realidad exigen un análisis sobre el impacto de estas estrategias en la opinión pública. La delimitación de marcos normativos y la reflexión sobre la responsabilidad en la gestión del discurso resultan aspectos clave en este ámbito.

El uso de estrategias persuasivas en distintos contextos ha evolucionado con la incorporación de nuevos enfoques y herramientas. La interacción entre el lenguaje, la percepción y la experiencia sensorial ha llevado a un replanteamiento de los mecanismos de influencia. Examinar los efectos de estos procesos permite identificar tendencias en la comunicación y su impacto en la formulación de discursos.

La convergencia entre diferentes formatos discursivos ha propiciado el surgimiento de nuevas formas de expresión que modifican la construcción del mensaje y su recepción. La exploración de estas dinámicas resulta esencial para comprender cómo se reconfiguran las estructuras narrativas y cómo influyen en la interpretación del contenido.

Este monográfico busca fomentar un diálogo interdisciplinario que identifique, analice y debata las potencialidades y limitaciones de la comunicación persuasiva en la era digital. Se espera que los trabajos presentados aporten evidencia empírica, revisiones teóricas y propuestas metodológicas que contribuyan a la innovación en el estudio del discurso y sus efectos sociales.

El enfoque de esta convocatoria es doble: por un lado, se busca evidenciar el papel transformador de la comunicación en la configuración de sociedades más inclusivas y reflexivas; por otro, se pretende establecer un puente entre la investigación académica y la práctica profesional. La sinergia entre distintas disciplinas permitirá avanzar en la comprensión de cómo los mensajes influyen en la percepción de la realidad y en la construcción del pensamiento colectivo. En este sentido, la comunicación no solo debe entenderse como un proceso informativo, sino como un palimpsesto, en el que cada mensaje dialoga con discursos previos y reconfigura el significado de la realidad social.

Palabras clave: Persuasión comunicativa, Innovación digital, Narrativas sociales, Ética mediática, Identidad colectiva

Referencias:

- Abad, M. V. (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Comunicación y hombre: Revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades*, 9, 59-73.
- Fidalgo, M. I. R., Ambrosio, A. P., Paz, Y. R. y Iglesias, L. J. (2017). Cambios en los modelos persuasivos: la nueva publicidad en tiempo real a través de estrategias narrativas transmedia. Estudio de caso de la campaña publicitaria de Tous, Tender Stories. *adComunica*, 14, 27-50.
- García, J. G. (2011). Desarrollo de la identidad a partir de experiencias narrativas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 54(5), 1-13. <https://doi.org/10.35362/rie5451652>
- Herrera-Damas, S. (2003). La participación del público en los medios: análisis crítico e intentos de solución. *Communication y Society*, 16(1), 57-94. <https://doi.org/10.15581/003.16.36356>
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Journal of health communication*, 8(6), 513-528.
- Moral Pérez, M. E. D., Villalustre Martínez, L. y Neira Piñeiro, M. D. R. (2017). Competencias comunicativas y digitales impulsadas en escuelas rurales elaborando digital storytelling. *Aula Abierta*, 45(1). <http://hdl.handle.net/10651/43589>

Fecha límite de recepción de artículos: 30 diciembre 2024.

Coordinado por:

Natalia Reyes Ruiz de Peralta



Universidad de Granada, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0866-7670>

Profesora Ayudante Doctora en el Departamento de Pedagogía de la Universidad de Granada, es especialista en Historia de la Educación y trabaja diferentes líneas de investigación desde la perspectiva de género, como el juego, la tecnología o la política e historia de la educación. Posee una amplia experiencia docente y de investigación. Es miembro del grupo de investigación “OTRAS: perspectivas feministas en Educación Social” (SEJ-430) del Instituto de Estudio de la Mujer de la Universidad de Granada y ha publicado 12 artículos en revistas de impacto y 10 capítulos de libro. Ha participado en varios proyectos I+D y también autonómicos. Ha realizado varias estancias de investigación en Suecia, Chile así como en diferentes universidades españolas.

María Julia Ajejas Bazán



Escuela Militar de Sanidad. Academia Central de la Defensa. Ministerio de Defensa, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5343-3377>

Doctora por la Universidad Rey Juan Carlos, en Medicina Preventiva y Salud Pública. Profesora Asociada en la Universidad Complutense de Madrid (UCM, 2014-2024). Directora del Grupo de Investigación SP_MEYCEC. Salud pública-estilos de vida, metodología enfermera y cuidados en el entorno comunitario. (UCM, 5 años). Autora de más de 20 publicaciones en revistas JCR/WOS y colaboradora en varios proyectos de I+D+i nacionales e internacionales. Especialista en metodologías docentes, con 5 proyectos de innovación educativa coordinados en la UCM y varias publicaciones destacadas sobre didáctica universitaria. Galardonada en dos ocasiones con el Premio a la Excelencia Docente UCM por su enfoque pedagógico innovador. Acreditada por la ANECA figuras de Contratado Doctor y Universidad Privada. Perfil multidisciplinar, integrando investigación, docencia de calidad y transferencia del conocimiento. Comprometida con la mejora continua de la educación superior y la formación del profesorado.

Senén del Canto García



Universidad Internacional de La Rioja, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8157-4051>

Doctor en Economía por la Universidad de León, donde también se formó como Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Licenciado en Economía. Experiencia: Profesor Asociado desde 2010 en la Universidad de León, en el Departamento de Economía y Estadística. En UNIR, desde el 2019, docente y tutor en el Máster del Profesorado en la Especialidad de Economía. **Líneas de investigación:** Sus líneas de investigación se centran en el desarrollo territorial y la cooperación internacional. Ha participado en seminarios y congresos de investigación a nivel nacional e internacional, donde ha contribuido como ponente aportando publicaciones. Pertenece al Grupo de Investigación Retos de la Economía en el Desarrollo Económico, Emocional y Social (REDEES) en UNIR.

Marina Picazo Gutiérrez



Universidad de Cádiz, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0689-4573>

Doctora en el programa oficial de doctorado de Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad de Cádiz con mención de Doctorado Internacional obteniendo la calificación de “Sobresaliente Cum Laude” (por unanimidad). Además, posee el Grado en Pedagogía por la Universidad Internacional de la Rioja, la Diplomatura de Magisterio de Primaria en la especialidad Musical por la Universidad de Granada y el Título Superior de Música especialidad violín por el Conservatorio Superior de Música de Granada. Actualmente es profesora en la Universidad de Cádiz dentro del departamento de Didáctica y Organización Escolar.