

# CÓMO Y POR QUÉ INTERNET NOS CAMBIÓ LA VIDA: ENTREVISTA A JOSÉ LUIS ORIHUELA<sup>1</sup>



HOW AND WHY THE INTERNET CHANGED OUR LIVES:  
AN INTERVIEW WITH JOSÉ LUIS ORIHUELA

Nair Prata<sup>1</sup>  
nairprata@uol.com.br



Este trabalho está licenciado sob uma Licença  
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-  
SemDerivações 4.0 Internacional.

DOI: 10.70493/cod31.v4i1.10984

Data de Submissão: 18/03/2026  
Data de Aprovação: 13/04/2026

<sup>1</sup> Lva producción de este texto cuenta con el apoyo del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

 RESUMEN

El texto presenta una entrevista a José Luis Orihuela sobre los impactos de la digitalización en el ecosistema informativo y en las prácticas comunicacionales. El autor analiza cómo internet, las redes sociales y los dispositivos móviles han transformado profundamente la producción, circulación y consumo de información. Se destaca la transición de un modelo mediático tradicional hacia un entorno más participativo, caracterizado por la diversidad de voces y la centralidad del usuario. Orihuela aborda asimismo desafíos contemporáneos como la saturación informativa, la polarización y la comercialización de datos personales. En este contexto, subraya la relevancia de la alfabetización digital como competencia clave para un uso crítico de la tecnología.

**Palabras clave:** Digitalización; Periodismo; Redes sociales; Alfabetización digital

 ABSTRACT

*The text presents an interview with José Luis Orihuela on the impacts of digitalization on the information ecosystem and communication practices. The author analyzes how the internet, social media, and mobile devices have profoundly transformed the production, circulation, and consumption of information. The transition from a traditional media model to a more participatory environment is highlighted, characterized by a diversity of voices and the centrality of the user. Orihuela also addresses contemporary challenges such as information overload, polarization, and the commercialization of personal data. In this context, he underscores the importance of digital literacy as a key competence for the critical use of technology.*

**Keywords:** Digitalization; Journalism; Social media; Digital literacy.

## 1 INTRODUCCIÓN

José Luis Orihuela es conferenciante, escritor y profesor de Comunicación Multimedia en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (Pamplona, España). Es doctor en Comunicación Pública (1993) y licenciado en Ciencias de la Información (1990), y su trayectoria ha sido reconocida con varias distinciones. Intenta entender y explicar cómo y por qué cambian los medios, y estudia el impacto de la innovación tecnológica sobre los medios y los modos de comunicación. Es autor de *Culturas digitales* (Ediciones Eunote, 2021), *Los medios después de internet* (Editorial UOC, 2015), *Mundo Twitter* (Alienta, 2011), *80 claves sobre el futuro del periodismo* (Anaya Multimedia/800Books, 2011) y *La revolución de los blogs* (La Esfera de los Libros, 2006), entre otras publicaciones.

Desde agosto de 2002 publica en el blog <https://www.ecuaderno.com> - uno de los más leídos en lengua hispana - pistas, noticias y enlaces sobre los medios y la red, y tuitea regularmente desde agosto de 2007 en @jlori. La entrevista fue realizada por correo electrónico. Ya seguía el trabajo y las publicaciones del profesor Orihuela, pero solo lo conocí personalmente en 2016, durante una estancia posdoctoral en la Universidad de Navarra. Desde entonces, he seguido más de cerca sus publicaciones académicas y sus publicaciones en redes sociales.

El trabajo de más de 30 años de Orihuela se ha centrado en las reflexiones sobre las transformaciones del escenario informativo con el advenimiento de la digitalización. Sus primeros apuntes en este sentido, a finales de los años noventa, mostraban que la información de interés para el público ya no proviene solo de periodistas tradicionales; los usuarios buscan noticias de observadores directos en Internet; la prensa tradicional enfrenta un desafío similar al de los monjes ante la imprenta de Gutenberg; el periodismo pasa del

control del debate público a la diversidad de voces; de la última palabra del editor a la multiplicidad de opiniones; de los medios tradicionales a puntos de vista alternativos en la red. Asimismo, la red permite el acceso a perspectivas diversas, desafiando el modelo tradicional del periodismo (AA. VV., 2023).

El profesor ha destacado que la revolución digital ha transformado la sociedad, impactando áreas como los mercados, la política, la cultura, la educación y las relaciones sociales. Sin embargo, también existen desafíos como la saturación en redes sociales, la dependencia de la aprobación ajena y los entornos hostiles. En su libro *Culturas digitales*, afirma: “La era digital redefine la cultura contemporánea y, como toda revolución tecnológica, suscita miedos, alienta esperanzas, transforma industrias y aporta metáforas para hacerla comprensible” (p. 19).

Una de las preocupaciones de Orihuela es comprender la nueva configuración del periodismo a partir de la digitalización. Explica que las profesiones de la comunicación pública han evolucionado históricamente con los avances tecnológicos y que la adaptación a las nuevas tecnologías es crucial para mantener la relevancia en la industria. Las oportunidades de interacción que brinda la tecnología están reconfigurando el periodismo (Orihuela, 2015).

En una conferencia realizada en Portugal en 2003, Orihuela formuló los diez paradigmas de la eCommunication, una lista que define claramente las transformaciones que vivimos. Según él, los diez paradigmas son: de audiencia a usuario; de medios a contenido; de monomedio a multimedia; de periodicidad a tiempo real; de escasez a abundancia; de comunicación mediada a no mediada; de distribución a acceso; de unidireccional a interactividad; de lineal a hipertexto; de datos a conocimiento (Orihuela, 2004).

Es importante destacar también sus reflexiones sobre la reconfiguración del mercado en torno a los cambios informativos. Señala: “Hay que volver a pensar las distinciones entre empresas tecnológicas y empresas de medios” (Orihuela, 2015, p. 82). Y explica que el actual modelo de negocio de los medios está atravesando un proceso de agotamiento: “En la actualidad estamos asistiendo al agotamiento de un modelo de negocio que consiguió, durante casi treinta años, prolongar en el mundo digital el funcionamiento económico de los medios basado en la fidelización de las audiencias para ofrecerlas a los anunciantes. La multiplicación de soportes ofrecidos por la digitalización y la hiperconectividad de los dispositivos móviles han fragmentado y especializado el consumo de contenidos, y su producción ha sobrepasado al establecimiento mediático y se ha instalado en los entornos sociales” (AA. VV., 2023).

La entrevista arroja luz sobre este escenario de transformaciones y señala los desafíos y perspectivas para la comunicación reconfigurada por la digitalización.

## ¿Cómo y por qué internet nos cambió la vida?

El trípode tecnológico conformado por internet, las redes sociales y los dispositivos de acceso móvil transformó para siempre el ecosistema de la información a nivel global. Cuando cambian la dirección, el volumen y la velocidad de los flujos de información, todas las actividades que dependen, en mayor o menor medida, de la información se ven alteradas. Internet ha funcionado como una gran aceleradora de innovaciones disruptivas en todos los ámbitos: ha cambiado los mercados, la política, la cultura, la educación, el trabajo y las relaciones sociales.

## ¿Cómo será internet en el futuro?

Si tomamos como referencia el año 1993, en el que comenzaron a popularizarse los navegadores gráficos de la Web, contamos con treinta años de perspectiva sobre el proceso de adopción social de internet. Esa mirada retrospectiva, propuesta en el libro *Culturas digitales*, es un ejercicio necesario para vislumbrar el futuro de la red, ya que nos obliga a examinar hasta qué punto los cambios inducidos por la tecnología han mejorado nuestra existencia y cuál ha sido el precio que hemos tenido que pagar para alcanzarlos.

A partir de ahí, como usuarios y como sociedades, tendremos que plantearnos que, en buena medida, el futuro de internet estará condicionado por nuestra capacidad para minimizar sus efectos negativos y maximizar su potencial. Tenemos la ventaja de haber perdido la inocencia de una concepción mágica de la red y de haber desarrollado el sentido crítico que nos faltó en sus comienzos.

## ¿Qué opinas sobre las reglas para un uso saludable de internet?

La red es una herramienta compartida que crea un espacio común; se basa en protocolos técnicos consensuados y requiere acuerdos culturales (netiqueta) para su uso.

Más que reglas, los usuarios de la red, a lo largo de su historia, han expresado la necesidad de estos acuerdos mediante manifiestos, como el *Manifiesto Cluetrain* (1999), el *Manifiesto Nuevas Claves* (2015) o el *Manifiesto de la Comunicación No Hostil* (2017), entre muchos otros. Frente a las patologías de la información, es necesario proteger la neutralidad de la red, el carácter conversacional de los espacios comunes, la calidad de la información

frente a sus falsificaciones, la gestión de los datos personales y el tiempo de atención de los usuarios.

### ¿El metaverso puede entenderse como una nueva forma de interacción en internet? ¿Otra forma de relacionarse con la tecnología?

El metaverso es un espacio virtual tridimensional y un modo inmersivo de navegar en el mundo digital. Hasta ahora, hemos interactuado con los objetos digitales y con otros usuarios a través de interfaces bidimensionales (pantallas), con la ayuda de dispositivos externos como el teclado o el ratón.

El futuro de la interacción apunta al paso de los dos a las tres dimensiones, a la transformación de los dispositivos externos en tecnologías ponibles (*wearables*) y a un creciente protagonismo de la voz como mecanismo de control del entorno digital. En cualquier caso, es importante asumir que, desde el nacimiento de la Web, ya estamos construyendo y habitando un mundo virtual (ciberespacio) en el que hemos ido replicando los espacios, organizaciones y actividades del mundo físico.

### ¿Piensas que los usuarios hacen un mal uso de las redes sociales?

Como sostiene Scolari en *Hipermediaciones* (2008, p. 267-268), “no hay nada parecido a usos correctos o incorrectos de la tecnología”, porque “la historia de una tecnología es la de sus usos desviados”. Todas las tecnologías tienen un diseño en el que sus fabricantes proyectan un modo de uso, pero también están sujetas a los procesos de apropiación y rediseño impulsados por sus usuarios.

Lo interesante es analizar la brecha entre el diseño y el uso, así como las consecuencias

derivadas de usos no previstos. Existe, por ejemplo, un fuerte contraste entre el carácter idealista que inspira el diseño de las redes sociales y la hostilidad que han generado algunas de sus formas de apropiación.

### ¿Cuáles son las reglas básicas de autodefensa en las redes sociales?

La protección del usuario comienza por la seguridad en el acceso a sus dispositivos y cuentas, continúa con el cuidado de su intimidad — evitando exponerse innecesariamente — y termina con la gestión de sus vínculos, limitando la interacción con usuarios tóxicos.

### Afirmas que “internet y las redes sociales favorecen a los extremos”. ¿Cuáles son estas amenazas?

La afirmación proviene de una entrevista en *Zenda Libros*, donde expliqué que “las posiciones juiciosas, equilibradas y razonables son percibidas como tibias y desplazadas por las ideologías de confrontación, que se benefician del miedo, la irracionalidad y el choque”. La red nos ha devuelto a una fase tribal en la que los problemas complejos tienden a plantearse como un enfrentamiento entre “ellos” y “nosotros”.

### ¿Existe actualmente un cansancio creciente respecto a las redes sociales?

Se ha producido un efecto de saturación por sobreexposición (*too much social*), tanto propia como ajena, así como un agotamiento derivado de la dependencia de la aprobación de los demás (*likeaholics*) y del clima hostil de algunas redes (*haters*).

Por otra parte, se observan procesos de envejecimiento de las comunidades, migraciones hacia nuevas plataformas y cambios en los patrones de adopción por parte de las nuevas generaciones.

### **Dices que “mientras el modelo de negocio de las empresas digitales no cambie, seguirán comerciando con nuestros datos”. ¿Cuáles son los riesgos?**

El contexto es la creciente preocupación por la gestión y comercialización de los datos personales por parte de las empresas tecnológicas a cambio de servicios gratuitos.

Un cambio en el modelo de negocio podría venir impulsado por una masa crítica de usuarios dispuestos a pagar por servicios que no comercien con sus datos y que, además, permitan auditarlos.

### **¿Qué es la alfabetización digital? ¿Es necesario aprender a leer y escribir en los nuevos medios?**

La alfabetización digital responde a la pregunta de qué hacemos con la tecnología una vez que conseguimos conectarnos. Superada la brecha de acceso, emerge una brecha más profunda: la cultural.

Se trata de aprender a aprovechar la hiperconectividad para mejorar nuestras condiciones educativas, sociales y profesionales, gestionar identidades y potenciar vínculos. Hay que aprender a vivir en el mundo hiperconectado, como en su momento hubo que aprender a leer y escribir en la cultura impresa.

### **¿Cuál es el papel de los nativos digitales en la transformación de la sociedad?**

Las generaciones nacidas en entornos conectados también necesitan alfabetización digital, ya que no poseen necesariamente un conocimiento crítico sobre la gestión de su identidad en entornos virtuales.

Sin embargo, tienen una predisposición positiva hacia la tecnología y aprenden mediante ensayo y error, lo que les otorga una ventaja adaptativa. Su incorporación a las organizaciones es clave para impulsar la transformación digital.

### **“Más reading y menos streaming”. ¿El streaming es perjudicial?**

No se trata de una crítica a las plataformas, sino de una defensa de la lectura. En un entorno saturado de estímulos, es necesario recuperar el tiempo y el espacio para la lectura profunda.

### **¿Los medios cambian por la tecnología o por la cultura de la audiencia?**

Aunque la tecnología induce el cambio, su naturaleza es más profunda: afecta a los modos de producción, distribución y consumo de la información. Por ello, es fundamental ponerse en el lugar de los usuarios y comprender sus prácticas.

### **¿El periodismo siempre ha estado vinculado a la tecnología?**

Sí. Todas las profesiones de la comunicación han dependido históricamente de las innovaciones tecnológicas que afectan la producción y distribución de contenidos.

## ¿Cuáles son los principales retos actuales de los medios?

Los contenidos, las plataformas y los modelos de negocio. Es necesario innovar sin perder calidad ni valores profesionales.

## ¿La pandemia ha acelerado la transformación digital? ¿Y en el mundo del periodismo?

La pandemia ha sido un gran catalizador de los procesos de transformación digital en todos los sectores de la actividad económica.

En el ámbito del periodismo, han despuntado las suscripciones a las grandes cabeceras en sus formatos digitales y han resurgido dos formatos tradicionales que viven una nueva edad de oro: las *newsletters* y los *pódcast*.

Por otra parte, como también ha ocurrido en muchas organizaciones, las redacciones se han virtualizado y los modelos laborales híbridos o semipresenciales podrían consolidarse como la nueva normalidad.

## 2 CONSIDERACIONES FINALES

Las reflexiones del profesor José Luis Orihuela dibujan un escenario de profundas

transformaciones del ecosistema informativo a nivel global, a partir del impacto de la innovación tecnológica sobre los medios y los modos de comunicación. La revolución provocada por Internet en la forma en que vivimos, nos comunicamos y nos relacionamos ha transformado nuestras vidas y ha acelerado innovaciones disruptivas en todos los sectores.

Sin embargo, como enfatiza Orihuela, es fundamental proteger la neutralidad de la red, la calidad de la información y la gestión de los datos personales. En este contexto, promover la alfabetización digital para aprovechar la tecnología de manera responsable se presenta como uno de los desafíos más urgentes. Asimismo, es importante destacar el papel de los nativos digitales en la transformación de la sociedad y la necesidad de repensar la comunicación desde las prácticas y apropiaciones de los usuarios.

En el marco de las actuales transformaciones del periodismo, la profesión ha estado históricamente vinculada a las innovaciones tecnológicas. Para preservar sus valores fundamentales, resulta imprescindible innovar con rapidez. Los retos más apremiantes son garantizar la calidad de los contenidos y diferenciarse de las ofertas gratuitas, manteniendo así la integridad y la relevancia de la profesión periodística.

- AA. VV. Entrevista a José Luis Orihuela: innovación tecnológica, medios y formación profesional. *InMediaciones de la Comunicación*, v. 18, n. 2, p. 323-327, 2023. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2023.18.2.3495>
- ORIHUELA, José Luis. Blogging and the eCommunication paradigms: 10 principles of the new media scenario. *Comunicação e Sociedade*, n. 5, p. 125-131, 2004. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/article/view/1243>. Acesso em: 13 abr. 2026.
- ORIHUELA, José Luis. *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2006.
- ORIHUELA, José Luis. *80 claves sobre el futuro del periodismo*. Madrid: Anaya Multimedia/800Books, 2011.
- ORIHUELA, José Luis. *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta, 2011.
- ORIHUELA, José Luis. *Los medios después de internet*. Barcelona: Editorial UOC, 2015.
- ORIHUELA, José Luis. *Culturas digitales*. Pamplona: Ediciones Eunate, 2021.
- ORIHUELA, José Luis. *eCuaderno*. Disponível em: <https://www.ecuaderno.com>. Acesso em: 13 abr. 2026.
- SCOLARI, Carlos A. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.

## NOTAS

**Conflicto de interesse:** Não há conflito de interesse por parte da autora

**Contribuição da autora:** Nair Prata: (a) Concepção e elaboração da entrevista manuscrito e (d) Revisão e aprovação final do artigo.

**Informar se a publicação é oriunda de uma dissertação ou tese:** não se aplica