

Jose Luis Orihuela

Los Medios después de Internet

Editorial UOC. Barcelona, 2015, 165 pp.

El fundamento de este libro es el vertiginoso proceso de cambio que han afrontado los medios de comunicación de masas desde la llegada de Internet. Pero los cambios drásticos nunca son una novedad en el terreno de la comunicación. Muy por el contrario, han sido una constante en su evolución, dibujando escenarios siempre complejos para las relaciones entre los viejos y los nuevos medios. La experiencia se ha encargado de demostrar que dicho encuentro entre lo nuevo y lo viejo nunca ha sido de desplazamiento, sino más bien de convivencia, y en donde casi siempre emergen nuevos escenarios en el que se complementan y se transforman mutuamente.

Es justamente este proceso el que retrata el libro, el cual recopila una serie de textos que Orihuela publicó originalmente como columnas en los blogs sobre medios digitales que mantuvo en el portal argentino Infobae.com y en el diario español ABC.es entre los años 2011 y 2013. Con esta publicación, el autor invita al lector a acompañarlo a un recorrido por el tiempo y revisar esos momentos en el que estuvo inmerso en la compleja tarea de analizar este fenómeno de cambio a medida que iba sucediendo, una labor que exige mucho de intuición y, sobre todo, de conocimiento del campo de estudio si lo que se busca es explicar y anticipar lo que está pasando.

En ese mismo recorrido, Orihuela se atreve a hacer teoría en directo, aceptando cierto grado de provisionalidad en el intento y siempre invitándonos con cada uno de los textos, a entender los cambios en los medios y repensar la comunicación desde sus prácticas.

“Los Medios después de Internet” revisa a través de artículos breves, precisos y estimulantes, los desafíos que Internet ha planteado a los medios de comunicación de masas y los cambios que se han producido en los últimos años en el sector de la comunicación que nos han obligado a reconsiderar casi todo lo que sabíamos acerca de la comunicación pública, los medios y los comunicadores profesionales. La temática que destaca en la mayoría de ellos el impacto de las redes sociales y las nuevas relaciones que estas generan con la audiencia, el valor visual de la información, la aparición de las empresas tecnológicas como protagonistas del cambio, así como los desafíos en la formación de comunicadores.

Mención especial merecen las redes sociales, protagonistas de excepción en este libro. No es para menos, considerando que las redes sociales, en este mundo hiperconectado, se han convertido en parte fundamental del paisaje. Es más, la frase de McLuhan que abre el libro justamente apunta en esa dirección: “Los nuevos medios no son puentes entre el hombre y la naturaleza: son la naturaleza”. Esto no sorprende, ya que el autor ya había reconocido anticipadamente el poder transformador de las redes, dejando como evidencia su anterior publicación: “Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red” (2011).

El texto, como un conjunto de reflexiones, ostenta como uno de sus principales atributos la brevedad, ya que gracias a ella, encontramos espacio para la propia reflexión acerca del cambio, de su naturaleza, sus causas, los factores que lo están determinando, y la manera ejercer la comunicación pública de forma profesional cuando ha cambiado la cultura de la audiencia. Un cambio inducido por la tecnología, pero como el mismo Orihuela indica, con una naturaleza mucho más profunda, que tiene que ver con los nuevos modos en los que se produce, se distribuye y se consume la información.

Por Arbaiza Rodríguez, Francisco

francisco.arbaiza@udep.pe

