



Orihuela: “El precio que pagamos por usar las redes sociales es demasiado alto”

“Mientras que el modelo de negocio de las empresas digitales no cambie, seguirán comerciando con nuestros datos”, afirma el especialista en comunicación digital

ÁGATHA DE SANTOS
VIGO

“No hay que demonizar la cultura de la hiperconectividad de los nativos digitales, tenemos que construir educación tanto en el ámbito familiar como en el universitario sobre y no contra la cultura de los jóvenes. Esto, por supuesto, exige que recalculemos nuestra propia posición, nuestra forma de dar clase y nuestra forma de interactuar con ellos”. Así lo aseguró ayer el invitado de Club FARO el profesor universitario y escritor José Luis Orihuela, autor de “Culturas digitales. Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida” (Ediciones Eunate), en el que examina el impacto de internet, los dispositivos móviles y las redes sociales sobre la educación, el periodismo, el empleo, la empresa, la identidad y la política.

Según el experto, la alfabetización digital es uno de los grandes retos y aseguró que no se puede formar a los jóvenes en el uso de las herramientas digitales si persiste la paranoia sobre las tecnologías. “Si queremos educarlos en el mundo digital tenemos que hacerlo sin miedo e intentar cambiar nuestra cultura y no la de los jóvenes”, insistió.

Orihuela destacó el gran potencial de las grandes tecnologías, que han cambiado la forma que tene-



SUS FRASES

“La del COVID ha sido la primera pandemia que se ha podido seguir en tiempo real”



“Hay un cansancio creciente hacia las redes sociales; cada vez seremos más prudentes con lo que compartimos”

mos de ver el mundo y de comunicarnos, aunque también destacó la necesidad de mantener una mirada crítica.

El profesor de Comunicación Multimedia y Narrativa Transmedia, de la Universidad de Navarra aseguró que la revolución tecnológica “no ha dejado títtere con cabeza” y que no tiene marcha atrás, por lo que hay que adaptarse a ella para aprovechar todo lo que ofrece, pero también para evitar sus riesgos, que también los tiene. “Ya nos hemos adaptado a otras tecnologías, como la electrici-

dad o los coches, y hemos aprendido a gestionar sus riesgos”, expresó.

La pandemia ha acelerado la transformación digital, haciendo realidad aspectos que hasta la irrupción del COVID se movían en el terreno de la hipótesis, como poder continuar trabajando en un entorno solo digital. “Ha sido una transformación que espero que para muchas profesiones sea sin retorno”, dijo. Las nuevas tecnologías también han permitido una información en tiempo real sobre la crisis sanitaria. “Es la primera pandemia que se ha seguido

en tiempo real, lo que al mismo tiempo ha dado lugar a otra pandemia: la infodemia”, añadió.

El autor de “Culturas digitales” aseguró que hay “un cansancio social creciente” hacia las redes sociales tras conocerse las filtraciones de datos de empresas como Facebook, lo que hará que nos volvamos cada vez

más prudentes con la información que subimos a la red. “Usamos, de forma gratuita las redes, pero lo hacemos a cambio de que las compañías que nos brindan esas herramientas que necesitamos para vivir trafiquen con nuestros datos. En un futuro estaremos dispuestos a pagar por esos servicios con la condición de que no trafiquen con nuestros datos, es decir, paradójicamente, pagaremos por recuperar lo que inicialmente es nuestro”, comentó. Asimismo, aludió al vertiginoso ritmo con el que se adoptan y se destierran las herramientas digitales, un ciclo que se ha acelerado en los últimos. “Las tecnologías y las plataformas se hacen viejas cada vez más rápido”, aseveró.

Durante la conversación que mantuvo con la periodista Tesa Díaz-Faes, directora global de comunicación y relaciones institucionales del Grupo Nueva Pescanova, en el MARCO de Vigo, Orihuela también se refirió al futuro del periodismo y de los medios de comunicación. “El futuro de periodismo es el mismo que su pasado en el sentido de que es una profesión que depende, de manera esencial, de la evolución de las tecnologías de la información. Siempre que hay una nueva tecnología de la información, el periodismo se ve animado a expandir su estrategia, su relación con el público empleando las nuevas herramientas disponibles, y seguirá abrazándola para llegar a una audiencia cada vez más diversa”, explicó.

Diego Maraña, presidente de Alumni, la asociación de antiguos alumnos de la Universidad de Navarra, abrió el acto con una breve presentación de esa institución.

Diego Maraña, presidente de Alumni, la asociación de antiguos alumnos de la Universidad de Navarra, abrió el acto con una breve presentación de esa institución.

“El internet del futuro será una experiencia inmersiva y multisensorial”

Durante su charla en Vigo, José Luis Orihuela también se refirió al nuevo proyecto presentado por Mark Zuckerberg, Metaverso, que calificó de “una huida hacia adelante de Facebook ante el acoso que tiene en EE UU por las malas prácticas con la gestión de datos de sus usuarios” y habló del futuro de internet.

“Será una experiencia inmersiva y multisensorial, en la que podremos coger con nuestras manos objetos y encontrarnos con

personas que están solo en el mundo digital”, dijo el profesor y escritor.

“Culturas digitales” completa la trilogía iniciada con “80 claves sobre el futuro del periodismo” (2011) y “Los medios después de internet” (2015) en la que José Luis Orihuela selecciona, ordena y reescribe textos que nacieron digitales y que hasta ahora permanecían dispersos. Este nuevo volumen reúne 92 ensayos, organizados en catorce capítulos, que res-

ponde al afán de su autor por comprender y explicar, de una manera didáctica y amena, los impactos de la revolución de internet sobre la cultura, especialmente en los sectores de la empresa, la educación y los medios de comunicación.

“Es un libro pensado para las personas que no son técnicas ni académicas y que sienten curiosidad por el mundo digital”, explicó el autor del conocido blog eCuaderno.com.