

# Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

[sphera.ucam.edu](http://sphera.ucam.edu)

ISSN: 1576-4192 / e-ISSN: 2695-5725 • Número 22 • Vol. I • Año 2022 • pp. 113-115

---

## RESEÑA

### Culturas Digitales.

Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida

**José Luis Orihuela**

Navarra, España, 2021, 302 páginas

Angélica Giraldo, **Universidad Católica de Murcia (España)**  
[agiraldo@alu.ucam.edu](mailto:agiraldo@alu.ucam.edu)

Está claro que la llegada de internet revolucionó el mundo de la comunicación, tal y como lo explica José Luis Orihuela en su libro, mostrando los fenómenos que suceden en el mundo digital y comentando cómo han evolucionado los medios de comunicación gracias a internet. La red global ha permitido que se pueda compartir información desde cualquier parte del mundo con cualquier usuario que disponga de conexión a internet, algo que ha modificado las industrias culturales y que a la vez ha creado numerosas culturas digitales propias de internet.

Nos hemos acostumbrado a la accesibilidad inmediata a cualquier tipo de información, especialmente las generaciones más jóvenes, esos nativos digitales que *esperan* continuamente la inmediatez.

Entre toda la información que se comparte en la red, se encuentra aquella de carácter periodístico, para ello, existen infinitas plataformas digitales donde se comparten todo tipo de contenido periodístico en cualquiera de los formatos posibles, bien sea prensa escrita, audio, imagen, o vídeo. Además de los múltiples periódicos y revistas digitales o canales de YouTube, se

encuentran las redes sociales, las cuales pueden ser un arma de doble filo en este caso, por las conocidas como *fake news* y la desinformación que conllevan.

Es en las redes sociales, especialmente en Twitter, donde a través de las tendencias se determina la *agenda setting*, acción que previamente al mundo digital ejercían puramente los medios de comunicación. Se trata de ese catálogo de información que se le ofrece al mundo diariamente. Actualmente, si un tema es candente, tendencia o *trending topic*, evidentemente se tiene que hablar de él, no se va a ignorar aquello que está moviendo a la audiencia, ya que los medios de comunicación dependen de ella.

Hablando del periodismo y de cómo lo ha modificado el uso de internet, cabe mencionar que Twitter cumple un papel fundamental en lo que se refiere a comunicación política. Por ello nos remontamos a 2012 porque, tal y cómo cuenta la periodista Helena Resano en su libro *La trastienda del informativo*, ella documentó la reelección del expresidente Barak Obama, desde Washington, a través de su iPhone 5, tuiteando fotos y videos, narrando cómo se iban sucediendo los hechos. Fue en ese entonces, entre 2010 y 2012, cuando se comenzó a emplear Twitter como medio de comunicación política, y es que lo que cautiva a los usuarios de esta red social es la credibilidad que transmite, ya que aquel que esté viviendo los hechos que están sucediendo lo puede compartir en primera persona, en directo desde cualquier lugar y sea quien sea.

Es ahí donde entre en juego la viralidad, se puede tener gran repercusión sin tener muchos seguidores, simplemente con el video, foto o comentario llamativo en el momento indicado, haciendo que sea *reposteadado*, retuiteado o compartido por un amplio número de personas. Es el efecto multiplicador de la comunicación en las redes.

Se ha visto que el mundo de la comunicación y las formas de comunicar están en continuo avance, los ejemplos más recientes están en la red social de Tiktok, donde a través de videos cortos se comparte información muy resumida de las noticias más relevantes o bien, vídeos centrados en una única temática; por otra parte, se encuentra la plataforma Twitch, donde se retransmite contenido en directo permitiendo que los usuarios puedan interactuar entre ellos y con el creador del contenido.

Así que vemos que, con los medios de comunicación, sus propias plataformas online, las redes sociales y otras plataformas digitales, se forman infinitos canales de comunicación, donde la publicidad está presente con el objetivo de conseguir ingresos gracias al consumo de los usuarios. Siendo el ámbito de la publicidad otro que ha cambiado gracias a internet, estando esta presente en la gran mayoría de medios y plataformas online.

Internet ha supuesto claramente un antes y un después en la sociedad, tanto en la forma de comunicarnos, como en la búsqueda de información, o en la forma de consumir contenido. José Luis Orihuela es capaz, con múltiples y didácticos ejemplos, de exponer toda esta gama de nuevas formas comunicativas con claridad, sin que ello suponga sacrificar la complejidad del escenario mediático que está describiendo.