

EL MODELO IDEAL DE INTERACTIVIDAD ES LA CONVERSACIÓN

Entrevista a José Luis Orihuela

Datos de la entrevista

Entrevistador: Juan Salvador Victoria Mas
(Profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Málaga)

Entrevistado: José Luis Orihuela (Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Navarra)

Juan Salvador Victoria Mas

Profesor Titular

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga. Campus de Teatinos s/n. 29071 Málaga (España) Email: jsvictoria@uma.es

Presentación del entrevistado

José Luis Orihuela se define como *profesor universitario, conferenciante y blogger*.

Nació en Córdoba (Argentina). Su dedicación fundamental es la de investigar y enseñar acerca del impacto de las innovaciones tecnológicas en los medios y en los modos de comunicación.

Es un convencido *evangelizador* de las nuevas tecnologías y un viajero empedernido: ha impartido conferencias y cursos en 23

países y alterna su docencia en Pamplona con sus clases como profesor invitado en el [Máster en Creación y Comunicación Digital](#) (Universidad de A Coruña, España) y en el Máster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías (Fundación COSO, Valencia). Además es profesor visitante de universidades latinoamericanas.

En Argentina fue jefe de los Servicios Informativos y crítico de cine de Radio Nacional Córdoba, editor y presentador del

telediario del Canal 11 de TV por Cable, y profesor en el [Colegio Universitario de Periodismo](#). En España ha trabajado para la Agencia Espacial Europea (ESA) y para la Asociación Europea de Usuarios de Satélites para la Educación (EUROSTEP). Ha sido consultor de [Innovation International Media Consulting Group](#).

Miembro Fundador de las asociaciones de usuarios: EUROSTEP del satélite Olympus y ATEI del satélite Hispasat. Miembro Honorario de FELAFACS en representación de la Facultad y miembro del Comité Científico del [Congreso Cultura Europea](#). Integra el Consejo Editorial de [Comunicación y Sociedad](#) y de [Perspectivas del Mundo de la Comunicación](#) y es vocal del Consejo Asesor de Telecomunicaciones de Navarra en representación de la Universidad.

Ha recibido el [Premio Europa](#) (1990) por las *Jornadas El Nuevo Mapa Informativo Europeo* y el premio Extraordinario de Doctorado (1993). Fue declarado [Huésped de Honor de Cartagena de Indias](#) y recibe las Llaves de la Ciudad en octubre 2002. Integra el jurado internacional de los premios

[Deutsche Welle International Weblog Awards](#) (2004 y 2005) y fue finalista en los Premios Anuales de la Asociación Usuarios de Internet (AUI) 2005 en la categoría [Periodista español que durante el año, haya aportado más a la difusión sobre Internet](#).

Es autor de '[La revolución de los blogs](#)', La Esfera de los Libros, Madrid, 2006, y coautor de los libros: '[Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos](#)', Editorial ESIC, Madrid, 2005, '[El futuro de la televisión en España](#)', Arthur Andersen-Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Madrid, 2000; '[Introducción al Diseño Digital](#)', Anaya Multimedia, Madrid, 1999; 'Quién cuenta la historia', Eunate, Pamplona, 1999 y '[Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España](#)', EUNSA, Pamplona, 1997. Es coeditor de: 'La responsabilidad pública del periodista', EUNSA, Pamplona, 1988.

Se pueden seguir sus pasos en la Red por [eCuaderno](#), donde escribe a diario dando *Pistas, noticias y enlaces sobre Cibercultura, Medios eComunicación y Blogging*.

Entrevista

¿Podrías exponer sintéticamente el concepto de interactividad?

La interactividad, en el ámbito de la comunicación digital, es una potencia o una capacidad de los dispositivos (ordenadores y redes) que actualiza o ejecuta el usuario en la medida en que inicia acciones que generan una respuesta por parte del sistema o de otros usuarios. Cuando publiqué en 2002 *Los nuevos paradigmas de la comunicación* (<http://www.ecuaderno.com/paradigma>) expliqué acerca de Internet que “Al existir un soporte físico común tanto para la distribución como para el acceso a la información, los proveedores de contenidos y los usuarios pueden establecer en este canal un vínculo bilateral ya que sus roles resultan perfectamente intercambiables”.

¿Es una capacidad de los dispositivos (¿se define el concepto de interactividad por su instrumento?), de las personas o de la comunicación?

En el ámbito de la comunicación mediada tecnológicamente, la interactividad plena entre personas tiene como condición necesaria la existencia de canales a los que los agentes puedan acceder de manera tendencialmente simétrica. Sin esa base técnica, la interactividad es sólo una simulación o directamente una ficción del marketing mediático del tipo “Somos la radio que te escucha”.

¿Lo consideras fundamentalmente como algo digital, como algo tecnológico?

Como digo, más allá del ámbito de la comunicación interpersonal, todo tipo de comunicación mediada requiere de algún soporte tecnológico. La noción de *feedback* es consustancial a la teoría de la comunicación, pero la digitalización y las redes han permitido extender el alcance de la interactividad uno-a-uno, propia de la comunicación telefónica, a uno-a-muchos y muchos-a-muchos, propias de la comunicación en red y especialmente de las redes sociales.

¿Cuál de los rasgos de la interactividad (diálogo, relación, colaboración...) consideras esencial?

El modelo ideal de la interactividad es la conversación: un tipo de comunicación en el que los interlocutores se conocen, comparten el canal, operan en tiempo real, pueden interrumpirse y reconducir el flujo del discurso en cualquier momento y en cualquier sentido.

¿Es la interactividad sinónimo de diálogo?

La interactividad es sinónimo de diálogo en todas las acepciones del término. Es decir, supone una conversación entre personas que intervienen de manera alternativa, pero también hay diálogos de besugos y diálogos de sordos igualmente facilitados por las tecnologías interactivas.

¿Cuál de los conceptos de interactividad consideras más actual?

Estamos experimentando actualmente la interactividad como un discurso fluido ("líquido" en términos de Bauman), fragmentado y distribuido, característico de las redes sociales y muy especialmente del *microblogging*.

¿Podrías desarrollar el aspecto de "discurso fluido"?

La más clara representación de la fluidez y de la fragmentación del discurso público contemporáneo es el *timeline* de *Twitter*. Se trata de un discurso global, que se transforma de manera orgánica, que se compone de retazos de conversaciones que cada usuario contextualiza de manera diferente, que está abierto a la cita, a la réplica y al reenvío de forma permanente, que está siendo indexado en tiempo real y que no sólo deja abiertas todas las historias, sino que es el lugar donde se construyen.

¿Qué significa básicamente 2.0?

Frente a la Web originaria cuyo modelo de comunicación era un espacio de consulta, la nueva Web es una experiencia de participación. La segunda fase de la Web se define por la apropiación de las redes por parte de los usuarios no expertos, con el objetivo de establecer conversaciones acerca de sus intereses al margen de las agendas mediáticas.

¿No tenía ya la Web originaria toda la potencialidad para la participación?

¿Qué desarrollos tecnológicos han profundizado en este aspecto?

La Web originaria fue concebida como un sistema de consulta abierto, universal y navegable a partir de enlaces de hipertexto, pero la capacidad de publicar contenidos en línea estaba de hecho limitada a los usuarios que tuvieran conocimientos de lenguaje HTML, acceso a servidores FTP y unas mínimas destrezas para representar información. El aporte de la Web 2.0 consiste en la generalización de aplicaciones en línea gratuitas e intuitivas que permiten a usuarios no expertos hacer comunicación pública sin complicaciones técnicas y sin restricciones editoriales.

¿Qué formato en la Red, de los que han surgido hasta la fecha, consideras más "interactivo"?

El correo electrónico, los grupos de noticias, los foros, la mensajería, los *blogs*, las redes sociales y los *microblogs* han ido redibujando y extendiendo los alcances de la noción de interactividad. En su conjunto, todas estas prácticas han transformado el modo en el que la gente entiende y practica la comunicación, hasta tal punto que hoy ya resulta incomprensible e inaceptable cualquier modelo de comunicación que no incorpore de un modo efectivo, y no puramente nominal, a los usuarios y a su discurso.

¿Y si los usuarios no quieren ser incorporados?

Las conversaciones tienen como requisito la predisposición de dos o más personas para hablar de manera familiar. Conversan los que quieren con los que están culturalmente dispuestos y tecnológicamente capacitados para conversar.

¿Cuáles son los formatos con "más futuro"?

El futuro pasa por la convergencia y la complementariedad de formatos, de lenguajes y de dispositivos.

¿Un ejemplo?

Un viejo periódico de papel que haya diseñado su actividad online alejándose del vaciado de contenidos, que experimente con dispositivos digitales de lectura, que ofrezca contenidos configurables para dispositivos móviles, que explore narrativas multimedia y que esté abierto a la participación de los usuarios.

¿Cuáles -si alguno- han quedado caducos?

En materia de medios de comunicación la historia hasta ahora ha mostrado que realmente lo único que caduca son los modos coyunturales de entender a los medios y a sus funciones sociales. Los discursos del tipo "esto mata a aquello" revelan la dificultad para comprender unos procesos que tienen más que ver con evoluciones que con revoluciones.

¿Hay algún formato cuya evolución haya desdibujado su punto de partida?

La historia de las tecnologías de la información (y de muchas otras tecnologías) muestra que las aplicaciones sociales efectivas de las tecnologías que finalmente han sido adoptadas masivamente distan bastante de los preconceptos funcionales que tuvieron sus creadores y sus primeros impulsores. El teléfono fijo y el teléfono móvil son dos muestras elocuentes de esta constante.

¿Hay algún ámbito de la comunicación (la Publicidad, las RRPP, el Periodismo, la Comunicación Audiovisual...) que destaque por ser especialmente innovadora en el concepto y los formatos de la interactividad?

La Publicidad es un modo de comunicación que se ha caracterizado tradicionalmente por su capacidad permanente de innovación, por entender muy bien a los consumidores, por hablarles en su lenguaje y de los temas que les interesan, por explotar de maneras excepcionalmente creativas las posibilidades de cada nuevo medio y por llevar los lenguajes y formatos hasta fronteras que nunca antes se había planteado nadie. En este sentido, la Publicidad es el gran laboratorio de las mejores innovaciones en comunicación.

¿Por qué crees -si es que lo crees- que las redes sociales han superado a la "realidad virtual"?

Las redes sociales son la realidad virtual. Lo que tendremos en el futuro es una representación realista de nuestras interacciones en las redes sociales (una mezcla optimizada de redes sociales y metaversos).

¿No crees que hay diferencia entre las relaciones que se establecen en Second Life y las que se establecen (más bien restablecen) en Facebook?

Para vislumbrar el futuro de los entornos inmersivos en 3D hay que olvidarse de nuestra experiencia con *Second Life* y pensar más bien en vídeo interactivo en tiempo real sincronizado con bases de datos y librerías de objetos tridimensionales de aspecto realista. Operaremos en entornos virtuales como o si estuviéramos en entornos físicos, no sólo por el aspecto de los

agentes y de los objetos, sino también porque las consecuencias de nuestras acciones serán tan reales como las consecuencias de nuestras acciones en entornos físicos.

¿Existe un perfil específico de comunicador interactivo?

Un comunicador hoy, como ayer, es un profesional que sabe escuchar, monitorizar la realidad, investigar y contrastar lo investigado, y exponerlo narrativamente del modo más adecuado al lenguaje de cada plataforma que utilice. La diferencia específica que aportan las tecnologías contemporáneas es que los instrumentos para llevar a cabo esas tareas son ahora mucho más sofisticados y eficientes. Pero, si alguien es un comunicador, entonces tiene que ser interactivo. No hay otro modo de entender la comunicación.

Cita de este artículo

Victoria Mas, J.S. (2010). El modelo ideal de interactividad es la conversación. Entrevista a José Luis Orihuela *Revista Icono14 [en línea] 15 de Enero de 2010, N° 15*. pp. 320-325. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>