

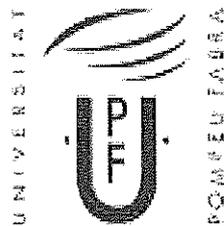


INTERNET COMO FUENTE GENERADORA DE CONTENIDOS ESPECIALIZADOS

Montse Quesada Pérez (ed.)

**IX ENCUENTRO DE PROFESORES DE PERIODISMO
ESPECIALIZADO**

BARCELONA, 29/30 JUNIO 2009



**IX ENCUENTRO DE PROFESORES DE PERIODISMO
ESPECIALIZADO**

© Los autores
© Universitat Pompeu Fabra
© Instituto de Estudios de Comunicación Especializada
© Sociedad Latina de Comunicación Social
Foto de portada d'Almusaiti con licencia BY-NC de Creative Commons y disponible en
<http://www.flickr.com/photos/almusaiti/3862898440/>

1ª edición (diciembre 2010)

ISBN: 978-84-938428-2-6

Se prohíbe, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento o medio, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, la distribución de ejemplares por medio de alquiler o préstamo comercial, la inclusión total o parcial en base de datos y la consulta a través de la red telemática de Internet. Las infracciones de estos derechos están sometidas a las sanciones establecidas por las leyes.

Las redes sociales, la información emotiva y la participación especializada

Hada M. Sánchez Gonzales
Noelia García Estévez
Universidad de Sevilla

La generación 2.0: redes sociales

En pleno siglo XXI, la Red adquiere su identidad y apuesta por la interactividad y la participación o intervención del usuario, propio de la llamada web 2.0, palabra acuñada por Dale Dougherty, empleado de la editorial O'Reilly Media en el 2004. Denominada también web social porque es la transformación de la Red desde ámbitos socioculturales; aprovecha la inteligencia colectiva y obliga a los medios a replantear nuevas formulas de negocio que ha mantenido durante los últimos años.

Dentro de esta innovadora encrucijada, la sindicación de contenidos XML y la tecnología feed RSS⁸² cobra especial importancia porque posibilita la distribución de contenidos sin necesidad de un navegador. Asimismo, la aplicación informática permite ver los contenidos RSS sin la exigencia de un software adicional.

La generación 2.0, además, trajo consigo el fenómeno de las denominadas redes sociales, en las cuales nos anclamos para abordar, desde su evolución -de forma somera- hasta su conceptualización, para posteriormente determinar la característica que define tal información y su especialización.

Antes de aludir sobre las redes, es necesario referirse a la teoría de las mismas, las cuales provienen de diversas corrientes, entre ellas, de carácter sociológico, psicológicas, antropológicas, entre otras. Psicólogos que abordaron la Gestalt como Kurt Lewin (1925) con la teoría de los campos, Jacob Moreno (1934) con la

⁸² Nació en 1997 de la confluencia de la tecnología "Really Simple Syndication de Dave Winer utilizada para informar de actualizaciones de blog, y de Rich Site Summary de Netscape, que permitió que los usuarios crearan home pages personalizadas en la web de Netscape con flujos de datos actualizados regularmente"

Véase en <http://sociedaddelainformación.telefonica.es/jsp/articulos/impresión.jsp?elem=2146>
(Consultado el 10 de julio de 2009)

sociometría, los grupos dinámicos de Fritz Heider (1946), luego vendría la teoría de los grafos de Köning en (1936), quien fue el primero en formularla. Más tarde, Moreno, Heider, Bavelas, Festinger, Cartwright (1959) y Newcomb (1961) “fueron los sociólogos que trabajaron en los pequeños grupos a partir de los modelos de grafos teóricos para dar cuenta de la estructura social” y de cómo afecta en el comportamiento del individuo (Lozares, 1996: 2).

Otra procedencia de estudios sobre redes deriva del estructural funcionalismo antropológico desarrollado en Harvard por uno de los alumnos australianos, Warner, quien colaboró en 1929 con Elton Mayo y más tarde en Chicago para trabajar en la psicología social y estructura de los grupos de trabajo. Investigación que se llevo a cabo con experiencias relacionadas en las teorías de organización, sociología y antropología, además de las ya citadas. Estudios empíricos que trataron sobre la existencia de “grupos informales y su articulación con el sistema social, además de innovaciones metodológicas y teóricas sobre el análisis de redes sociales”. Líneas que más tarde serían recogidas por Homans (1950), quien elaboraría una teoría dinámica universal de los pequeños grupos (Molina, 2001: 24).

Frente a las limitaciones del estructural funcionalismo para explicar los cambios en las sociedades tradicionales, surge la antropología británica, “Escuela de Manchester”. Sus atributos se pueden definir; en primer lugar, en el insiste “conflicto más que en la cohesión como factor del mantenimiento y transformación del grupo y, segundo y en consecuencia, en contemplar la estructura como redes relacionales analizables a partir de técnicas específicas y de conceptos sociológicos más basados en la teoría del conflicto”. Lozares (1996: 2) cita a John Barnes (1954), Elisabeth Bott (1955) y Nadel (1955).

En Harvard, los investigadores ejecutaron dos importantes técnicas innovadoras, de escalado multidimensional⁸³ y el blockmodelling. White, entre otros, apuesta por ésta última técnica; dicen que, más que estudiar las relaciones existentes entre los agentes,

⁸³ Expresa en un gráfico de dos dimensiones “las distancias sociales y el concepto de equivalencia estructural, instrumentándolo en un primer momento mediante la técnica del blockmodelling”. Éste último, “tiene en cuenta la ausencia de relaciones como rasgo estructural, incorpora nodos y permite el análisis simultáneo de los mismos, así como las conexiones”, según Molina (2001: 35-36)

lo importante es “el patrón de relaciones que estos agentes tenían con el resto de la red. Es decir, que dos agentes desvinculados entre sí podían tener el mismo patrón de relación con el resto de agentes y, por tanto, ser objetivamente intercambiables” (Molina, 2001: 35). Posteriormente en 1978 se creó la Asociación Internacional para el Análisis de Redes Sociales (INSNA).

Hoy, hablar de redes, nos lleva a referirnos a un instrumento que permite el fortalecimiento de la sociedad civil, networking, nuevas formas de comunicación, desarrollo comunitario; en definitiva, conciencia democrática. Dicho esto, concebimos las redes sociales como la miscelánea de actores, sujetos, grupos y comunidades de nodos que han conexionado a través de un conjunto de relaciones en base a intereses comunes dentro de un espacio de convivencia.

Las redes, además de concebirse como un hecho social, son una oportunidad para la reflexión sobre lo social, son el espacio y la expresión de una práctica articulada “para respetar las diferencias, para acceder al reconocimiento mutuo, para desplegar la solidaridad y para evitar la acumulación disruptiva de problemas. Es, por lo tanto, estrategia para democratizar la sociedad y estabilizar la convivencia”, según Martínez (1995: 344).

Es necesario hacer una distinción entre forma y contenido en las redes. La primera de ellas nos lleva a hablar de cómo se estructuran o configuran las relaciones a modo de pauta y, la segunda, hace referencia a la materia sustancial de la información que se da a través de las relaciones, las mismas que pueden ser “formales, institucionales, regladas o informales; permanentes o pasajeras; en proceso o consumadas; unidireccionadas o mutuas; superficiales o profundas; conscientes o inconscientes”, según Lozares (1996: 8 y ss.). Ello nos lleva a formular el tipo de conexión que se establece.

Incorporamos dos supuestos básicos y representativos a través de la teoría de redes. El primero, “todo actor social participa en un sistema social que implica otros actores que son puntos de referencia significante en las decisiones mutuas. Las relaciones que un actor mantiene con otros pueden afectar las acciones, percepciones y comportamientos del actor focal”. El segundo, “ha de llegar a los diversos niveles de la estructura del sistema social sin detenerse sólo en el comportamiento social”.

Los modelos que utilizaremos para el tratamiento de las redes sociales tienen en cuenta el método relacional y posicional. El primero nos conduce a la conexión de unidades diversas de una red y el segundo da cuenta de que la semejanza entre conductas se debe a la equivalencia estructural. También consideramos los criterios de cohesión en relación con la subjetividad porque tiene la función de “identificación o asociación de los miembros del grupo con los de su grupo, en particular a partir del sentimiento de que los intereses individuales están ligados a los intereses del grupo”, según Lozares (1996: 15).

La información en las redes: emotividad

Las tecnologías de la información y comunicación han hecho posible la práctica de una sociedad Red que trasciende más allá de los límites de las redes como formas de disposición e interacción sociocultural.

Internet acopla los procesos de información dentro de un tiempo y espacio delimitado para instaurar un nuevo resultado que es inminentemente encausado en la Red, en una sucesión inagotable de obtención de “información, comunicación y feedback en tiempo real o en un tiempo determinado” (Castells, 2006: 31-39). Concebimos la proposición destacando el valor del conocimiento porque la información no tiene utilidad por sí misma y el conocimiento es alusivo a cada cultura. En nuestro contexto social podemos apreciar la expansión de la mente de los individuos en redes de acción recíproca sujetas a la tecnología de la microelectrónica⁸⁴. La sociedad en red “emergió gradualmente como una nueva forma de organización social de la actividad humana en el último tramo del siglo XX, sobre los cimientos del informacionalismo. Sin la capacidad proporcionada por este nuevo paradigma tecnológico”.

Las tecnologías han integrado en Internet herramientas que nos llevan a hablar de nuevas formas de información y organización social de los individuos y de las organizaciones. Sistemas sociales que permiten las relacionales entre los actores. Ello nos hace pensar que, sobre la base de un nuevo paradigma tecnológico (el

⁸⁴ Tecnologías que se encuentran difundidas en todos “los ámbitos de la actividad humana gracias a la progresiva miniaturización”. Castells (2006: 32)

informacionalismo⁸⁵), surge “una nueva estructura social constituida a partir de las tecnologías electrónicas de la comunicación: redes sociales” que difieren en cómo se organizan y en la concomitancia que establecen. De acuerdo con Castells (2006: 71-72) debemos “olvidar la noción de sociedad de la información o del conocimiento y remplazarla por sociedad en red”.

La sociedad en red aparece en la década setenta, tras la convergencia de tres procesos aislados cuya relación estableció un nuevo paradigma tecnológico, el informacionalismo, al que hemos venido refiriéndonos y, con ello, una nueva estructura social: la sociedad red. Se trata de tres fases: “la crisis y reestructuración del industrialismo y sus dos modos de producción asociados, capitalismo y estatismo; los movimientos sociales y culturales de orientación liberadora de finales de los sesenta y comienzos de los setenta; y la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación”, Castells (2006: 41).

Las redes sociales especializadas están alterando la naturaleza de las comunidades y las relaciones sociales e interpersonales y muestran una gran variedad de canales de comunicación con una interactividad cada vez mayor. Proferimos que las redes sociales se vienen analizando desde campos muy diversos, de ahí que nos centremos en su estudio porque se desvela como fenómeno e interrogante frente a las antiguas vías de canalización informativa a seguir por los medios debido a la participación de los usuarios.

La complejidad de los flujos de información ha empezado a imponer la necesidad para que estos contenidos reciban un tratamiento en profundidad, con el criterio de satisfacer las necesidades del sujeto receptor. De ahí que nos preguntamos ¿qué tipo de información brindan estos nuevos fenómenos?

⁸⁵ “Paradigma tecnológico basado en el aumento de la capacidad de procesamiento de la información y la comunicación humana, hecho posible por la revolución de la microelectrónica, el software y la ingeniería genética. Las expresiones más directas de esta revolución son los ordenadores y la comunicación digital”. Entre las características que posee este sistema podemos destacar: “su capacidad auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente; su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas”. Castells (2006: 34)

Las redes sociales han evolucionado hacia nuevas organizaciones y según sus necesidades se subdividen⁸⁶ en comunidades virtuales informativas, con un valor añadido y de entretenimiento-ocio para entablar relaciones, conocer gente, etc. Conforme su temática, se clasifican en generalistas y especializadas. Las primeras están dirigidas a todo tipo de usuario sin una temática definida y las segundas disponen de usuarios segmentados y se instituyen como el nuevo pórtico de entrada a Internet.

El objetivo de las redes sociales especializadas va más allá de transmitir una información precisa. Tienen que ver con el sentido configurado por “los aspectos intencionales y cualitativos que constituyen la base de la comunicación, frente a la mera referencia de los datos” (Esteve y Fernández del Moral, 1999: 11). Significa aludir a la correlación y simetría que existe entre los agentes operatorios, emisor y receptor.

Destacaremos de esta forma las redes sociales según su temática abordando las áreas de especialización en función del medio, porque la historia de las publicaciones especializadas es la cronología de su clasificación (Pérez, 1986) en la medida en que sea reiterado, así como del público que se pretenda seducir.

Dicho esto, las redes sociales de información especializada que se pueden localizar hoy en Internet son diversas y están sujetas a los intereses, aficiones y necesidades específicas del usuario. A continuación señalamos algunas de las muchas temáticas sobre las que se han estructurado, considerando que la tendencia actual nos indica que los internautas buscan en el ciberespacio cubrir expectativas privativas sin disiparse en el orbe informativo que generan las redes generales.

⁸⁶ Actualmente existen diversas clasificaciones, según su público, objetivo y temática, así como por el sujeto principal de la relación, por su localización geográfica y por su plataforma, entre otras. Véase en (<http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>) (Consultado el 25 de junio de 2009)

Cuadro 1

REDES SOCIALES DE INFORMACIÓN ESPECIALIZADA	
Cine y televisión	http://www.flixster.com/ * http://www.cinemavip.com/public/home http://www.catodicos.com/
Cocina	http://www.mis-recetas.org/ * http://en.cookshow.com/
Coleccionismo	http://colnect.com/es * http://coleccionistas.ning.com/ http://www.collectionbuddy.com/
Deportes	http://es.footbo.com/ * http://thoos.com/ http://www.strands.com/
Ecología	http://www.ecologiasocial.com/ * http://ww.ecocatering.ning.com
Enología	http://www.yvinos.com/ *
Informática- Tecnología	http://es.debugmodeon.com/ * http://tictac.teleco.uvigo.es/
Inmigrantes	http://www.comunidadinmigrante.com/ *
Investigación, ciencia y mundo académico	http://www.redinamiza.com/ * http://www.biomedexperts.com/ http://network.nature.com/
Literatura	http://www.librarything.com/ * http://www.anobii.com/anobii_home http://www.shelfari.com/
Maternidad e hijos	http://www.netmoms.es/ *
Moda	http://www.modeate.com/ * http://www.novaxove.com/ http://www.chictopia.com/
Mundo del motor	http://www.ebuga.es/ * http://www.moterus.es/
Música	http://www.lastfm.es/music * http://www.buzznet.com/ http://www.redkaraoke.es/
Pacientes y enfermos	http://www.mycancerplace.com/ * http://raeshare.org/
Pintura y arte	http://www.pintacom.com/ * http://meseon.net/ http://www.myartinfo.com/
Profesionales / mundo empresarial	http://www.econosus.com/ * http://www.viadeo.com/ http://www.xing.com/

Profesionales de la información	http://www.periodismolatino.com/ * http://tikkia.com/login/login http://www.bitspr.net/
Religión	http://godkut.com/ * http://xianz.com/ http://www.shmooze.ca/
Salud y familia	http://vi.vu/ * http://www.myfamilypedia.org/
Shopping, comercial y agenda de ocio	http://11870.com/ * http://es.shoomo.com/ http://www.salir.com
Solidaridad	http://www.change.org/ * http://diseasemedia.ning.com/ http://www.focax.com/
Tauromaquia	http://www.torolandia.com/ * http://toros20.com/comunidad/
Universidad	http://www.patatabrava.com/ * http://www.infocampus.es/
Viajes	http://www.minube.com * http://www.travbuddy.com/ http://www.dopplr.com/

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al cuadro, hemos hallado un total de 61 redes sociales agrupadas según temática en 25 redes de información especializada. Significa que de cada tres, dos, o en su caso, una, pertenece a una misma materia.

Las redes sociales se están configurando como fuentes de información especializada por la capacidad de información que refrenan y generan diariamente, además de facilitar el contacto con fuentes personales a nivel glocal. Pero, ¿qué define a la información que circula por las redes sociales, además de su especialización?

Creemos que la información que recorre por estas plataformas virtuales considera la inteligencia colectiva de los usuarios y, con ello, un alto grado de emotividad. Depende de las conexiones que seamos capaces de construir en la red de redes en el sentido de pertenencia a una comunidad donde existe la identificación y cercanía. Comunicación multidireccional que responde a los intereses de los usuarios.

Estas conexiones emotivas facilitan nuestra interacción social en las redes sociales en cuanto son un producto comunicativo. Si bien es cierto, la emoción es el resultado de dos tipos de herencias, cultural y biológica, y tiene relación directa con nuestros objetivos y creencias como forma de existencia humana, porque el hombre vivencia con una dimensión afectiva.

Nuestro orbe emocional depende de nuestros pensamientos y sentimientos, pues todo lo que percibimos genera una emoción. En Internet experimentamos una gama de emociones, porque nuestras acciones dependen de nuestras emociones, las cuales se integran dentro del “sistema nervioso en forma de tendencias innatas y automáticas de nuestro corazón” Goleman, (1997: 21-22).

La receptividad del proceso comunicativo en las redes sociales de información especializada se centra en las vías neurológicas del cerebro, lugar donde se realiza la estimación del estímulo por medio de la experiencia. Ello produce una respuesta inmediata y un proceso multifactorial o multidimensional. Estructura receptiva que implica reconocer la observación y el desarrollo de diversos tipos de comportamientos a través de dos mentes que interactúan: la mente racional de la que solemos ser conscientes y la mente emocional, conocimiento irreflexivo y a veces incoherente. Sin embargo el cerebro emocional se halla inmerso en el razonamiento, en el “ejercicio de la razón”, según Goleman (1997: 29-52).

En Internet, la intensidad emocional adquiere dos enfoques. El primero está dado por el valor otorgado a la orientación semántica de una locución que apunta a un distinto lado del aspecto experiencial del individuo y el segundo se corresponde con la no concluyente especificación del alcance de la expresión “por la especificación de tipo y que requiere ulterior diferenciación”, como afirman Ortony, Clore y Collins (1996: 205-206).

Con el fin de esclarecer la premisa expuesta en el párrafo anterior, citamos dos ejemplos para clarificar lo expresado. El primero referido al tema del enfoque sería “la expresión ‘temblar de miedo’, la cual aunque aparece incluida en la lista de las emociones de miedo se centra especialmente en una clase particular de conducta miedosa”. El segundo factor, que hace referencia a la especificación insuficiente,

alude al duelo en las emociones de bienestar. El tema más significativo tiene relación con la presencia de “la palabra ‘amor’ como una expresión dentro de las emociones de agrado”.

Son experiencias complejas y para expresarlas empleamos una gran diversidad de términos, además de gestos y actitudes. De hecho, podemos utilizar todos los vocablos del diccionario para expresar emociones distintas, de ahí que sea imposible hacer una especificación y ordenación de todas las emociones que podamos experimentar.

Sin embargo, podemos hablar del empleo de “técnicas emotivas en relación con códigos que estimulan al individuo y que propician su adhesión ante un discurso. Procede del paradigma⁸⁷ código del Periodismo emotivo⁸⁸ como estructuración de repertorios que se canalizan hacia la puesta en escena con unidades emotivas como convenciones”, por cuanto el contenido cognoscitivo de una propuesta apela a la función de inferencia lógica⁸⁹.

Procedimiento que nos ayuda a distinguir palabras que adquieren un contenido emocional según tres distintos estados del individuo: cognitivo, corporal y descripciones objetivas y evaluaciones subjetivas de la gente. En el primero encontramos palabras como sorpresa e interés; en el segundo estado, términos como soñoliento, decaído y el tercero nos lleva a evocar vocablos como abandonado y provocativo. Todas y cada una de ellas adquieren un contenido emocional en las plataformas virtuales, “si se importa el sentimiento mediante el uso del contexto

⁸⁷ El paradigma “en su fase inicial se encuentra establecida a través de dos referentes. La primera se circunscribe dentro del texto dramático, espacio donde se concretizan los códigos que operan en el campo escénico. La segunda se constituye por las características del Periodismo emotivo. Nos referimos a la información y al entretenimiento con relación a sus contenidos y a la realidad y la ficción, en cuanto a sus formatos”. Sánchez (2006: 360)

⁸⁸ Activismo cultural de la época actual que da inicio a una nueva etapa dentro de dicha Ciencia. Utiliza el paradigma código y lenguaje de acuerdo con las necesidades de su audiencia. Opera “sintagmáticamente y paradigmáticamente” y ha “incorporado técnicas para hallar al sujeto dentro del mundo receptivo en el que se encuentra circunscrito, debido a pluralidades de experiencias heterogéneas... Consolida su información por medio de dos pilares fundamentales dentro de su funcionalidad: la información y el entretenimiento y la realidad de la ficción. Ambos con elementos de la espectacularización a través de lo emotivo”. Sánchez (2006: 369, 424)

⁸⁹ Está relacionado con la asignación referencial, “identificación de los referentes, ámbito de aplicación de los cuantificadores, resolución de indeterminaciones anafóricas y la interpretación pragmática de los conectores”. Bustos (2006: 16)

lingüístico, como la frase ‘sentirse abandonado’”, tal como argumentan Ortony, Clore y Collins (1996: 215).

También implica apuntar la valoración emocional que podría efectuar el usuario en las redes sociales de información especializada. Exponemos, siguiendo a estos tres autores, tres variables de estimación: deseabilidad, plausibilidad y capacidad de atraer. La primera de ellas se ocupa de la evaluación de nuestro uso de deseabilidad, en tanto que la plausibilidad y la capacidad de atraer se encuentran motivadas por “el deseo de ser más específico acerca del mecanismo de evaluación y las estructuras cognitivas bajo las que opera”. Existen factores que, además, afectan a la intensidad de las emociones y que a su vez, se dividen en variables glocales y locales⁹⁰.

Dicho esto, podemos resumir en doce las características que definen a este tipo de información, además de su especialización dentro del contexto de redes sociales especializadas. Desde la receptividad de su mensaje emotivo podemos citar: la proximidad/hábitos, identificación temática, integración, familiaridad, servicio, participación, intercambio, reflexión sobre lo social, orientación, autonomía y convergencia-multimedia. Cada una de ellas tiene como fin producir una metacomunicación.

Feed Back: participación especializada

Tras haber localizado las distintas redes sociales de información especializada, se ha reconocido la intensidad emocional que recorre por estas redes sociales con distinta valoración de códigos que propician la adhesión del usuario. Admitimos que se trata de una información próxima que propicia el “diálogo identitario”⁹¹ con el receptor como manifestación democrática.

Ello nos llevaría a dar respuesta a la interrogante que constantemente se hacen desde los cibermedios con respecto a los usuarios en Internet, ¿es el cibernauta el que no

⁹⁰ Es necesario precisar que dentro de las subdivisiones de las variables locales se tendrá en cuenta la proximidad, la cualidad de lo inesperado y la excitación, por ser trascendente en este trabajo

⁹¹ Un antecedente de este reconocimiento lo encontramos en el formato “Tengo una pregunta para usted” de Televisión Española (TVE) porque estrecha ese vínculo entre ciudadanía y medios, a través del paradigma del rol identitario de proximidad. Sánchez (2008: 201-214)

sabe relacionarse o son los espacios que no le brindan ese acercamiento? De la pregunta en cuestión se desprende que “se trata de la significación y simbolización de cada espacio, no en cuanto a una ubicación”, sino al reconocimiento del individuo como grupo, según Sánchez (2008: 201-214).

La respuesta la encontramos en las redes sociales de información especializada, las cuales se establecen como alternativa de ese “diálogo identitario” con el usuario frente a los medios convencionales. No obstante, será preciso reconocer qué tipo de participación se da dentro de las redes sociales, ¿será especializada?, ¿cómo se produce la intervención por parte de los usuarios?

Para dar respuesta a las interrogantes antes planteadas y al objetivo que reviste este estudio sobre el hecho de determinar cuáles son las características que definen a la información que circula por las redes sociales, por cuanto los medios intentan imitar las redes sociales debido a la participación que existe con y entre los usuarios. Dicho lo cual, se hace patente la necesidad de aplicar el método múltiple porque la debilidad de los métodos se compensará con la robustez del otro, según Jensen y Jankowski (1993: 77-79).

En primer lugar hemos identificado 61 redes sociales de información especializada. De ellas, hemos circunscrito nuestra muestra aleatoria para analizar sólo una de cada temática, siendo un total de 25 comunidades virtuales las que hemos examinado (señalada con asterisco en el cuadro 1). En segundo lugar hemos tenido en cuenta la participación del usuario en estas plataformas sociales por medio del uso de la técnica auxiliar del fichaje⁹² empleado en investigación científica en función de los siguientes indicadores:

- Datos identificativos de la red social, tales como el nombre, dirección, nivel de restricción para el registro (abiertas, sólo invitados, profesionales...), gratuito o de pago, temática generalista o especializada y una breve descripción, así como su localización.

⁹² Registra los datos obtenidos en los instrumentos llamados fichas, que han sido previamente elaboradas con el fin de obtener la mayor parte de información

- Entre los elementos de identificación de los usuarios en la participación, hemos atendido a la autoría del usuario, si firma con su nombre real (entendiendo real la posibilidad de que así lo fuera) o con un nombre ficticio. También hemos analizado si el usuario ha revelado datos personales y/o profesionales en su perfil.
- En cuanto a la proximidad en torno al usuario, hemos estudiado el estilo formal o informal con el que los miembros de la red social se relacionan y si usan o no fórmulas de cortesía en el lenguaje empleado.
- Las características del usuario engloban aquellos aspectos relacionados con el tipo de participación y grado de especialización que los miembros de la comunidad virtual tienen en estas redes.
- Por último, entendiendo las redes sociales como fuentes de información, hemos examinado las vías y las posibilidades que ofrecen a los profesionales del periodismo. Del mismo modo, hemos destacado algún aspecto o apartado propio de cada una de las redes sociales analizadas por su utilidad para el profesional del periodismo.

Hemos de señalar sólo los resultados más significativos que hemos obtenido de las redes sociales analizadas con rigurosidad, según los indicadores antes mencionados:

Cuadro 2
Datos de identidad

DATOS			
Según su registro			
Abierto	96%	Gratuito	96%
Restringido	4%	De pago	4%
Total	100%	Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Sobre el 100%, en cuanto a su registro, el 96% de redes son abiertas a todo tipo de usuario, dato del que se desprende que el 96% son de carácter gratuito.

Cuadro 3

Elementos de identificación de los usuarios en la participación

IDENTIFICACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN			
Identificación		Revelación de datos personales/profesionales en el perfil	
Anonimato del usuario	56%	El usuario revela sus datos	40%
Firma del usuario	44%	No revela dato alguno	60%
Total	100%	Total	100%

Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra que un 56% de los usuarios no firman sus comentarios con su nombre; asimismo evitan revelar sus datos profesionales en el perfil de las redes en un 60%. Ello da cuenta de que aún hay cierta desconfianza de parte de los usuarios por perder su intimidad.

Cuadro 4

Proximidad en torno al usuario

PROXIMIDAD					
Nivel de Información		Estilo		Fórmulas de cortesía	
Bajo	16%	Formal	28%	Presencia	20%
Medio-Alto	84%	Informal	72%	Ausencia	80%
Total	100%	Total	100%	Total	100%

Fuente: Elaboración propia

El nivel de información en las redes especializadas es medio-alto en un 84%, a pesar que el 72% mantiene un estilo informal con el fin de identificarse con el usuario; de ahí que en un 80% se eliminen las fórmulas de cortesía.

Cuadro 5

Participación del usuario

TIPO DE PARTICIPACIÓN	%
Especializada	28%
No especializada	72%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

El 72% de los usuarios no son necesariamente especialistas en la información; sin embargo, acuden a las mismas como fuente de información.

Cuadro 6

Localización de fuentes de información

FUENTES DE INFORMACIÓN									
Post (opinión) de usuarios		Comentarios de usuarios (interactividad)		Enlaces a otras fuentes		RSS		Recursos multimedia	
Presencia	100	Existencia	100	Sí	64	Sí	48	Sí	80
Ausencia	0	Carencia	0	No	36	No	52	No	20
Total	100	Total	100	Total	100	Total	100	Total	100

Fuente: Elaboración propia

El cuadro muestra que el 100% de los usuarios opinan en las redes sociales; asimismo, en un 100% interactúan a través de sus propios comentarios. Esto indica la implicación e intercambio entre los usuarios. El 64% son comunidades virtuales que sirven de fuente de información con enlaces a otras fuentes, 48% con RSS y transmiten la información con diversos recursos multimedia en un 80%.

La tendencia actual hacia la que se erigen las redes sociales es la especialización en sus contenidos por satisfacer las necesidades específicas de los usuarios. Nuestro estudio refleja esta propensión, emplazando 61 redes sociales informativas y analizando 25 de ellas según temática especializada que va desde información deportiva - usualmente es la más difundida por los medios convencionales-, pasando

por información sobre enología, hasta información solidaria, maternidad e hijos y pacientes enfermos, es decir, próxima, cercana a las necesidades puntuales de los usuarios.

La información que transita por estas comunidades virtuales estima el intelecto colectivo y emotivo y responde a los intereses de los usuarios con características definidas. Por otro lado, la participación de los usuarios no es necesariamente especializada, sin embargo los internautas acuden a las mismas indagando sobre un tema en concreto, así como en busca de opiniones, comentarios, en definitiva; poder interactuar debido a que el nivel de información en un 84% es medio alto.

Además, comprobamos que las redes sociales especializadas se están configurando como verdaderas fuentes de información y pueden constituirse como una herramienta esencial para el trabajo de los periodistas dada la dimensión de información que contienen y suscitan de forma diaria, donde es posible encontrar desde entendidos de la materia hasta testigos de un hecho en concreto a nivel glocal. Finalmente podríamos decir que son una alternativa de desarrollo comunitario.

BIBLIOGRAFÍA

Bustos, Eduardo de (2006). "Pragmática, contenido conceptual e inferencia" en J. L. Zofío (et al.). *Estudios en homenaje a A. Deaño*. Madrid: Universidad Autónoma
Accesible en http://www.uned.es/dpto_log/ebustos/docs/pragmatica.pdf (Consultado el 31-01-2008)

Castells, Manuel (ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza

Esteve Ramírez, Francisco y Fernández del Moral, Javier (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua

Goleman, Daniel (1997). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós

Jensen, K. y Jankowski, N. (1993). *Metodologías cualitativas en la investigación de masas*. Barcelona: Bosh

Lozares, Carlos (1996). "La teoría de las redes sociales" en *Papers 48. Revista de Sociología*. Barcelona: UAB, pp. 103-126. Disponible en

<http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/view/25386/58613> y en

<http://seneca.uab.es/antropologia/ars/paperscarlos.rtf>

Martínez Nogueira, Roberto (1995). "Redes sociales. Más allá del individualismo y del comunitarismo" en E. Dabas y D. Najmanovich. *Redes el lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*. Barcelona: Paidós

Molina, José Luis (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Bellaterra

Ortony, Andrew; Clore L., Gerald y Collins, Allan (1996). *La estructura cognitiva de las emociones*. Madrid : Siglo XXI

Sánchez Gonzales, Hada M. (2006). *El Periodismo emotivo. Una aproximación al mensaje televisivo. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información*. Universidad de Sevilla

Sánchez Gonzales, Hada M. (2008). "El paradigma del rol identitario-próximo al ciudadano en el nuevo formato: "Tengo una pregunta para usted de Televisión Española (TVE)" en R. Pérez, A. García, S. Núñez y A. García (coord.)

Comunicación Identidad y Género. Tomo I, Madrid: Fragua, pp. 201-214