

Canalizar audiencias académicas: Propuesta de una red social para investigadores en estudios fílmicos

Citación: Sandra Martorell; Fernando Canet; Lluís Codina. "Canalizar audiencias académicas: Propuesta de una red social para investigadores en estudios fílmicos." *Hipertext.net* [online], 2014. Núm. 12 .

<http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274217/364517>

DOI: 10.2436/20.8050.01.11



Autores:

- **Sandra Martorell**, sandramartorell@gmail.com, (Universidad Politécnica de Valencia) <http://orcid.org/0000-0002-4483-1629>
- **Fernando Canet**, fercacen@upv.es, Universidad Politécnica de Valencia) <http://orcid.org/0000-0002-1455-9249>
- **Lluís Codina**, lluis.codina@upf.edu, (Universitat Pompeu Fabra) <http://orcid.org/0000-0001-7020-1631>

Palabras Clave: Redes sociales académicas, Estudios fílmicos, Audiencias activas, Investigación, ResearchGate.

Resumen: Este estudio pretende, a partir del planteamiento de una red dedicada a los estudios fílmicos y tras una serie de análisis previos de redes afines, especificar la idiosincrasia así como el desarrollo arquitectónico y conceptual de plataformas de esta índole en pro de dinamizar las interacciones de unas audiencias de marcado carácter participativo como son los colectivos de investigadores.

Sumario:

1. [Introducción](#)
2. [Redes sociales académicas](#)
3. [Metodología](#)
4. [Diseño de una red social académica](#)
5. [Conclusiones](#)
6. [Agradecimientos](#)
7. [Bibliografía](#)

1. Presentación

Una de las características que definen las audiencias en Internet es la posibilidad que se les ofrece para ser a la vez público receptor y emisor. Por tanto, son audiencias que pueden utilizar los espacios virtuales para obtener información de forma muy selectiva pero también para producir y difundir sus propios contenidos y compartirlos con usuarios de intereses similares.

Así podemos referirnos a los componentes de estas audiencias como prosumidores, un concepto nacido la unión de los vocablos "productores" y "consumidores" en una única figura. Como es sabido, este neologismo fue propuesto por Alvin Toffler en La Tercera Ola (1980), y aunque inicialmente estaba orientado a otro fenómeno, hoy se usa para referirse a las nuevas formas de comunicación en red caracterizadas por una combinación permanente de consumo de información y producción de nuevos recursos (Tajer, 2009).

Este fenómeno se produce en los ámbitos en línea más diversos, pero son las redes sociales las que más movimiento generan. Las más populares son sin duda las redes de índole general que nacen con un cometido centrado en la relación de individuos en un marco de intercambio de carácter personal. No obstante, con la creciente tendencia a la especificidad, hemos asistido al nacimiento de redes destinadas a unir a colectivos por afinidades o intereses concretos, y entre ellas nos interesan especialmente en este trabajo las creadas por y para investigadores del ámbito académico.

En particular, este tipo de redes posibilitan la colaboración entre estudiosos de todo el mundo. De este modo, las redes sociales académicas se han convertido en una herramienta que está suponiendo un cambio de paradigma en lo referente a las formas de divulgación del conocimiento, en un movimiento que va de lo individual a lo colectivo, y de una cierta endogamia institucional a una diáspora de la producción académica.

En este trabajo presentamos la propuesta del posible diseño conceptual de una red social académica centrada en el campo de los estudios fílmicos pensando en todo momento en la interacción con las audiencias, las cuales son clave para su funcionamiento. Por este motivo las audiencias han sido nuestro punto de referencia en desde el principio, ya en una investigación previa. Ésta nos ha llevado a la propuesta actual que hacemos desde la experiencia del planteamiento de una red especializada en los estudios fílmicos, abordando elementos como los recursos y herramientas a considerar, el diseño o los servicios a ofrecer, aspectos todos ellos de los que puede depender la implicación de los usuarios en el uso e intercambio de experiencias y conocimientos, o en el peor de los

casos, el abandono de la red por falta de estímulos tanto de continente como de contenido.

2. Redes sociales académicas

A las redes sociales destinadas a los colectivos de investigadores se las conoce con nombres diversos tales como redes de investigación, redes de conocimiento, o como nosotros preferimos llamarlas, redes sociales académicas.

Sin importar el término, han sido objeto de estudio de autores como Sañudo (2012), García-Aretio (2007) o Salinas, Pérez y De Benito (2008). Independientemente de los apuntes particulares que hace cada uno de ellos, todos coinciden en que se trata de espacios de participación y construcción de conocimiento y así lo expresan también las propias redes en la presentación que hacen de ellas mismas; un ejemplo de lo cual lo vemos en ResearchGate que muestra mediante un gráfico el esquema de su razón de ser fundamental: la misión de comunicar, colaborar y descubrir.

Ya en su momento presentamos una definición propia para apelar a ellas (Martorell y Canet, 2013ab):

La redes sociales de conocimiento de carácter académico son el punto de encuentro entre investigadores de todo el mundo que unen sus esfuerzos en un intento de hacer progresar sus estudios a partir tres principios básicos (las tres "C"): **comunicar**, **colaborar** y **compartir** sus conocimientos en un entorno virtual y democrático óptimo para la divulgación siempre que se atienda a un compromiso de participación y lealtad al rigor académico.

En cuanto a la amplitud del campo de actuación, las redes sociales académicas pueden ser de dos tipos: generalistas y especializadas. Las generalistas son las que dentro del marco académico aúnan diferentes disciplinas, las cuales pueden ir desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades. Las especializadas en cambio, como su propio nombre indica, están focalizadas en una materia concreta. Dependiendo de nuestras necesidades nos interesarán más unas u otras; en ocasiones el debate o tratamiento de una misma cuestión desde diferentes disciplinas puede ser beneficioso para nuestro trabajo, en cambio en otras esta transversalidad puede llevarnos a trazar pinceladas demasiado difusas o superficiales, con lo que buscaríamos una red especializada donde se debatiera a fondo nuestra materia, en la que hubiera un nivel de especificidad más concreto.

En nuestro caso, al abordar el campo de los estudios fílmicos vemos que se trabaja mucho desde otras materias; no obstante esta disciplina carece de un punto de encuentro transfronterizo de teóricos que cuente con materiales de trabajo específicos, variados y de calidad que permitan profundizar al máximo en ella. Y si bien es cierto que hay alguna red que incluye a este colectivo, hasta el momento no hemos encontrado ninguna que sea a nuestro juicio óptima, es decir, que cuente con las características que consideramos que debería contemplar para que fuera lo más dinamizadora de la producción y el debate posible, que animara a la membresía y que ofreciera contenidos por los cuales los usuarios potenciales vieran necesario formar parte de ella (entre lo cual podemos destacar que sea gratuita, que tenga un repositorio con documentos de alta calidad y que cuente con incentivos a la participación entre otros aspectos).

Dada esta situación decidimos plantearla nosotros mismos tras haber llevado a cabo una serie de análisis de redes de la misma índole que nos dieron a conocer tanto los puntos débiles como las claves del éxito a la hora de crearlas y gestionarlas. Así pues nuestra red destacaría por unir en exclusiva al colectivo de expertos y demás usuarios interesados en la vertiente teórica de los estudios fílmicos, por contar con documentos de calidad, fomentar el debate y el intercambio en la materia a través de una interfaz accesible y confortable y, con todo ello, por fomentar (mediante incentivos a la participación colectiva) el avance de esta disciplina que en la actualidad requiere nuevos enfoques y nuevas vías de estudio.

A partir esta idea hemos desarrollado una especie de protocolo de actuación que hemos pretendido que pueda ser extrapolable a cualquier otro tipo de red social académica y que es el que presentamos en este artículo.

3. Metodología

El sistema de trabajo previo a la propuesta de las pautas de creación de una red social académica ha consistido en el análisis de otras redes de éxito con el objetivo de extraer de ellas los elementos y recursos que puedan ser más provechosos considerando nuestro campo de estudio.

Este primer paso tuvo lugar en una investigación inicial de carácter analítico en la que estudiamos tanto redes generalistas como especializadas. Para ello establecimos una metodología (detallada en Martorell y Canet, 2013ab) que nos ha permitido hacer un examen exhaustivo a partir de una relación de setenta variables distribuidas en cuatro categorías esenciales: parámetros generales, ficha de usuario, servicios y recursos, y contenidos.

A partir del análisis de esas variables pudimos establecer una relación de las características y recursos que toda red social académica debería contemplar a la hora de fomentar la participación activa de sus usuarios y que nosotros hemos articulado en un sistema doble alrededor de dos grandes apartados que denominamos “Funciones” y “Recursos”. Las dos tablas siguientes muestran los componentes de cada apartado:

<i>Funciones</i>
Participación
Comunicación con los usuarios
Comunicación entre usuarios
Alcance global
Posibilidad de seguir / ser seguido
Acceso abierto
Suscripción de perfiles de interés
Publicar documentos
Descargar documentos
Creación de grupos de trabajo
Compartir enlaces
Recomendaciones
Bolsa de trabajo

Información sobre convocatorias y eventos
Gestión de eventos

Tabla 1. Funciones

Recursos
Chat
Foro
Mensajería interna
Sistema de feeds
Repositorio
Calendario de convocatorias y eventos
Gestor de citas
Estadísticas
Información de actualidad
Bookmarking social
Buscador interno

Tabla 2. Recursos

4. Diseño de una red social académica

Como en el caso de otros sistemas de información, consideramos que la creación de una red social académica abarca tres estadios de trabajo esenciales: analizar redes de la misma índole, elaborar el diseño estructural y llevar a cabo la implantación.

Como apuntábamos en el apartado anterior este artículo abordará la parte del diseño conceptual, lo cual a su vez requiere diversas subfases que representan las diferentes tareas a realizar con el fin de obtener una estructura sólida sobre la que poder materializar en un futuro la red. Nuestros estudios previos nos han permitido detectar que tales subfases consisten en delimitar los siguientes elementos:

- Perfiles de usuario
- Contenidos
- Esquemas de participación
- Arquitectura de la información

A continuación iremos trabajando cada uno de estos puntos para entender la importancia de tenerlos en cuenta a la hora de elaborar el diseño. Esto permitirá, por un lado, establecer determinadas bases que permitan la optimización de la red para los futuros usuarios de la misma, y por otro, servir de modelo de trabajo en caso de querer crear una similar (independientemente de la disciplina que aborde).

4.1 Doble perfil de los usuarios

En el caso de los estudios fílmicos que nos ocupa no estaríamos tanto ante una red acerca de cuestiones cercanas a la praxis cinematográfica (profesional), sino vinculadas

al análisis y a la teoría del propio cine (académica). Partiendo de esta acotación, podremos determinar a los usuarios potenciales en base a un doble perfil: demográfico y de utilización de la red.

En concreto, al tratarse de una red destinada a la comunidad académica y no al universo profesional, y considerando que se concentra en un campo de estudio de carácter teórico conviene centrarnos en tres perfiles: profesores, investigadores y estudiantes universitarios (fundamentalmente de grado superior).

Pero si bien éstos serían los tres segmentos demográficos primordiales de usuarios potenciales, sabemos por el caso de otras redes que no todos se comportarán de igual modo, sino que una vez se conviertan en usuarios reales los podríamos clasificar al menos en base a cuatro facetas fundamentales de utilización de la red:

- **Tiempo.** El tiempo que pasan en la red: frecuentes, habituales u ocasionales.
- **Participación.** El grado de participación activa (en foros, debates y demás acciones sociales): muy participativos, de participación media, poco participativos o no participativos.
- **Uso.** El uso que hagan de los contenidos que alberga la red: lectura, descarga y/o aportaciones propias de contenidos.
- **Influencia.** El grado de influencia que tengan en la red (esto dependerá de la calidad del material que aporten, la participación activa o las citas recabadas): muy influyentes, de influencia media, poco influyentes, nada influyentes.

Este último aspecto es de gran importancia porque la reputación de la red también dependerá del tipo de usuarios y del peso que puedan tener dentro del área de trabajo, de ahí la necesidad de que se cuente con la participación de investigadores influyentes a los cuales se hará especial hincapié en invitar a formar parte (cuya selección expondremos más adelante).

Además, los usuarios a su vez interactuarían entre sí en función de afinidades mediante grupos de trabajo, una opción más que ofertaría la red para fomentar la colaboración entre sus usuarios, ya que a través de estos grupos podrían compartir contenidos de forma directa o hacer estudios conjuntamente, como si de clusters se tratasen. Es por ello por lo conviene hacer también una relación taxonómica que incluya las distintas áreas posibles de estudio y cómo se podrían desglosar en secciones más específicas. En nuestro caso hemos dividido los estudios fílmicos en ocho categorías que se dividen nuevamente dando como resultado un total de 141 subcategorías.

4.2 Contenidos

Uno de los aspectos fundamentales por los que este tipo de redes tienen cada vez más adeptos es por la posibilidad que se les brinda a los usuarios de compartir contenidos. Así, muchos acuden a ellas inicialmente para obtener material de estudio procedente de otros investigadores, o por el fenómeno contrario, es decir, para subir sus propios contenidos con el fin de ser más visibles, algo que les permite recabar citas procedentes del uso que otros han hecho de sus trabajos y con todo aumentar su reputación académica.

Es por ello por lo que nuestra red no puede estar exenta de un repositorio donde se puedan subir y descargar contenidos; los repositorios son esencialmente almacenes de información. Se trataría de un espacio virtual donde los usuarios podrán dejar sus trabajos a disposición de sus semejantes con el fin de colaborar los unos con los otros.

Lo primero que hay que hacer a la hora de plantear el nuestro es delimitar qué características queremos que cumpla, qué materiales albergará, y cuáles son los ya existentes relacionados con nuestra disciplina de trabajo.

En cuanto a lo primero, hemos optado por los siguientes aspectos:

- Que se encuentre en línea.
- Que funcione en modo de acceso abierto, lo que autores como Harnad y otros (2004) llaman la "vía verde": para ello es conveniente que se desarrolle el protocolo para la recolección de metadatos Open Archives Initiative – Protocol for Metadata Harvesting (OAI-PMH).
- Que tenga carácter temático.
- Que determine una serie de políticas y protocolos de catalogación con el fin de que haya un orden y coherencia formal entre todos los documentos que se vayan añadiendo.
- Que especifique las políticas de gestión de derechos de autor.

Una vez definidos estos aspectos hemos analizado los repositorios vinculados a los estudios fílmicos ya existentes para lo cual nos hemos remitido al DOAR (directorio de repositorios de acceso abierto), donde hemos obtenido un total de veinticuatro, procedentes de las áreas de las humanidades, las artes y las ciencias sociales, que nos han permitido conocer su funcionamiento e idiosincrasia. En este proceso hemos advertido que alimentar de contenidos un repositorio únicamente con la participación de los usuarios puede llevar años, con lo que sería fundamental dotarlo de materiales antes de que la red esté en funcionamiento.

Esto forma parte de nuestra estrategia de captación de usuarios, ya que la red les ofrecería materiales a los que no tendrían acceso de ninguna otra forma. No obstante no debemos olvidar que los pilares que sustentan las redes sociales académicas no se limitan únicamente a comunicar y compartir (siendo este último el aspecto en el que más repercute el uso de repositorios), sino que también es clave la colaboración. En cambio se observa que esto último actualmente se da en menor medida, motivo por el cual nuestra vocación es fomentarlo tal y como pasamos a ver en el siguiente apartado mediante varias propuestas.

4.3 Esquemas de participación

El poder de las audiencias en la web social nos hace pensar en un ideal en el que sean ellas mismas las que de forma natural autorregulen la red, y si bien es cierto que con el tiempo podría suceder que la popularidad llamara al uso y a la implicación de los usuarios, inicialmente tendrían que activarse una serie de estrategias que incentivaran dicha participación, como ya hemos avanzado en el apartado anterior con el ejemplo de los repositorios.

Algunas de las opciones que proponemos en este punto se han tomado a partir del análisis de la experiencia de otras redes sociales de este tipo. Una de las referencias podría ser la red de ECREA (European Communication Research and Education Association), la cual, más allá de servir de punto de encuentro ofrece a los usuarios servicios que les resultan de gran interés y les motivan a la hora de participar. Un ejemplo de lo que se podría extrapolar a la hora de plantear una red de este tipo es el envío de convocatorias, bien sean de eventos, como de puestos de trabajo como de *call for papers* para congresos y actividades varias. Considerando la importancia de este tipo de cuestiones cuando se desarrolla una carrera académica, este servicio es de gran valor para los usuarios, con lo que podría adaptarse a nuestra red en forma de apartado. En cierto modo de lo que se trata es de tomar aquellos recursos útiles para los investigadores, tengan su origen en las formas clásicas de comunicación, como puedan ser tablones de anuncios, o en los medios virtuales, y aunarlos todos en nuestra red para que dispongan de todos ellos en una misma plataforma agilizando así su trabajo.

Otra opción que puede fomentar la participación y que también se toma de las dinámicas tradicionales de la academia es la creación de congresos. Siguiendo con ECREA, esta red es consciente de la necesidad de fomentar el encuentro y el debate entre sus participantes, con lo que anualmente organiza un congreso que tiene bastante repercusión, del mismo modo que hace NECS, otra de las redes sociales académicas analizadas. Si bien éstas realizan sendos eventos de forma física, si pensamos en nuestra plataforma virtual se podría proponer la organización anual de un congreso en línea, como el que viene organizándose por la Sociedad Española de Estudios de la Comunicación (SEECI), la cual ha eliminado toda barrera física para desarrollarlo íntegramente a través internet aprovechando las nuevas aplicaciones de comunicación que brinda la red. La convocatoria de éstos seguiría los mismos patrones que cuando creamos un evento en redes sociales tales como Facebook, en las que se invita a los usuarios ofreciéndoles la información necesaria así como la opción de comunicar si se participará o no.

Este tipo de jornadas o congresos además pueden ir incentivados por la publicación de actas u otro tipo de materiales que puedan ser de motivación para los académicos (cuya carrera va íntimamente ligada a la difusión que se le da a sus trabajos), así como por la participación de referentes que lideren dichos encuentros.

Para esto último se tendría que contar con teóricos influyentes, los cuales se han de determinar previamente. Los criterios de selección para llevar a cabo este cometido pueden ser diversos. En nuestro caso los acotamos en base a una criba realizada a través de la Web of Knowledge(en adelante WOK), por ser esta base de datos la más reconocida en lo que a publicaciones científicas concierne. Esta criba es posible a base de filtrados por área de conocimiento, por tipo de material, por la evaluación individual de cada publicación y finalmente por autores, lo que nos permite obtener en base a WOK, a los cien más relevantes.

Este listado puede ser muy útil en la estrategia de captación de usuarios y el fomento de la participación activa, ya que se trata de personalidades que actuarían como “influenciadores”, lo cual repercutiría en el uso así como en la reputación de la red.

Su presencia, más allá de que puedan ser usuarios registrados como cualquier otro, puede darse como apuntábamos, como conferenciantes en los congresos que se

organicen u otros eventos posibles como jornadas de debate con ellos como expertos invitados. Esto último consistiría en sesiones en las que se invitara a una personalidad relevante del campo de estudio para que entablaran debates con el resto de participantes, con el fin de fomentar un diálogo y un intercambio enriquecedor y significativo de conocimiento organizado desde propia red.

Más allá de estas propuestas con los académicos de mayor prestigio otra dinámica de grupo podría consistir en lanzar temas de debate de forma regular, o la posibilidad de comentar grupalmente los trabajos del repositorio, tanto los ya publicados como los *pre-print*. En relación a esto no estaría de más retribuir de algún modo a los usuarios que hicieran aportaciones, es decir, establecer un sistema de recompensas para los usuarios con mayor actividad, y no solamente en cuestiones de este tipo sino también en lo que atañe a subir documentos al repositorio o la participación en cualquiera de las actividades disponibles en la red.

Los sistemas de recompensas pueden ser de varios tipos y se enmarcarían en lo que se conoce con el término gamificación, una táctica muy popular en el universo digital actual que, a partir de mecánicas y dinámicas de juego, permite alentar comportamientos específicos y aumentar la motivación y el compromiso de las audiencias (Hsin-Yuan Huang y Soman, 2013).

Algunas redes, conocedoras de la eficacia de la gamificación en grupos, ya han puesto en práctica esta estrategia, como es el caso de la generalista ResearchGate. Para ello, esta red ha creado el RG Score, un indicador para medir la reputación científica de los usuarios.

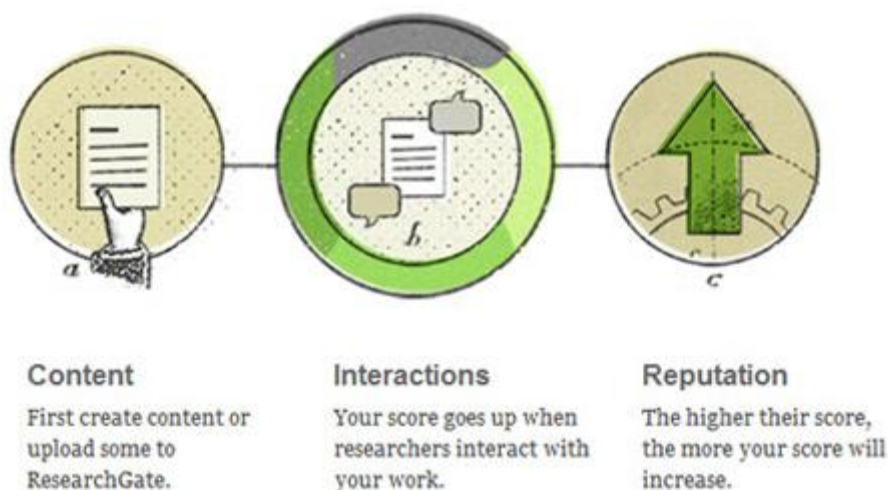


Imagen 1

Este gráfico propuesto por la propia red explica el procedimiento para conseguir una buena posición. El primer paso consiste en crear contenido y subirlo. Esto permitirá que otros usuarios interactúen con él, lo cual hará crecer nuestra puntuación y con ella nuestra reputación científica.

El RG Score se calcula en base a dicha interacción que otros usuarios tienen con nuestros contenidos y la frecuencia de la misma, así como atendiendo a quiénes son esos usuarios.

A continuación vemos un ejemplo de cómo queda expresado este medidor, el cual es de acceso público, lo que incentiva aún más el desafío entre usuarios:

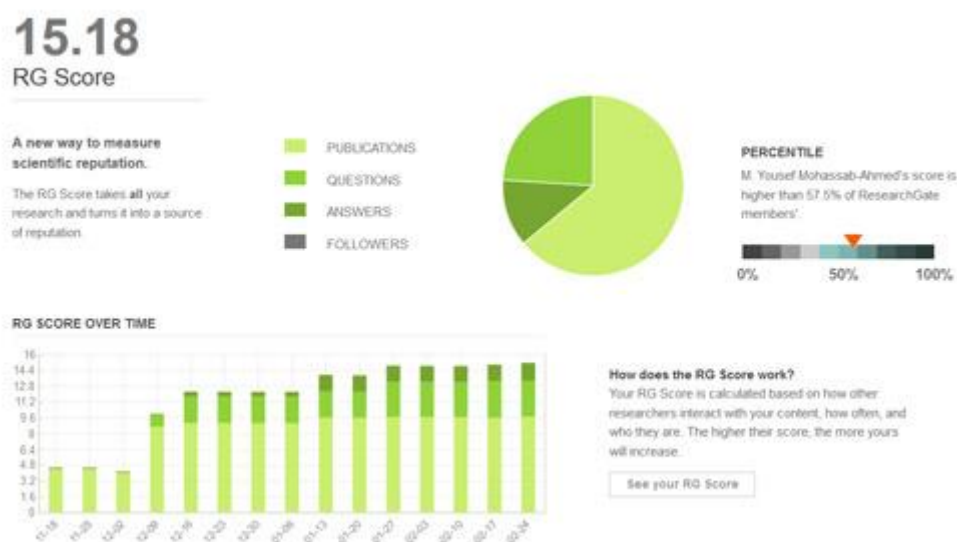


Imagen 2

Vemos pues que a través de propuestas de gamificación se aprovecha la predisposición que tenemos a participar en juegos y competiciones para alcanzar unos objetivos concretos, siendo éstos en el caso que nos ocupa aumentar el interés y la participación activa en la red social académica.

Además, esta participación, más allá de posicionar al usuario en nuestra red, contribuirá a mejorar el lugar que ocupa en base a otros medidores tales como el índice H (propuesto por Hirsch en 2005) en el que se basan muchas entidades a la hora de valorar a sus académicos. Con lo cual vemos que incentivar la participación dentro de la red puede beneficiar a los usuarios también fuera de ella, gracias a que permiten darse más a conocer, aumentar la citación a sus trabajos, y con todo, darles mayor visibilidad e impacto.

4.4 Arquitectura de la Información

Estamos planteando en el ámbito conceptual una plataforma cuya estructura se prevé bastante compleja dado el entramado social y de contenidos que albergará. Por eso, una de las cuestiones esenciales es velar por la accesibilidad y la usabilidad a través de la arquitectura de la información y el diseño de la interfaz.

Para ello la premisa fundamental consiste en plantear una estructuración sencilla pero a la vez eficaz. Estaríamos hablando de consistencia, "tanto a nivel de contenidos como del formato visual así como la disposición de elementos en las páginas, ofreciendo

entornos homogéneos que ayuden a potenciar una comunicación efectiva del mensaje y, a su vez, ayuden al usuario a formarse un modelo mental del sitio" (Maniega, 2006).

En este apartado, las diferentes pautas que convendría observar son, al menos, las siguientes:

- Definir las diferentes secciones que deberá contemplar la red (yendo preferiblemente de lo general a lo concreto).
- Establecer la jerarquía de tales secciones.
- Determinar qué contenidos, recursos o funciones tendrá cada sección (para lo cual utilizaremos el listado de características y recursos obtenido en trabajos previos de análisis y que hemos citado anteriormente).
- Establecer la navegación global y local del sitio, es decir, las distintas vías de acceso a cada una de las secciones y páginas web que alberga.

Esto nos ayudará a construir una arquitectura práctica e intuitiva, con una distribución clara y sencilla de entender por el usuario (Nielsen, 2000), "que muestre su encanto tras un vistazo rápido" (Krug, 2006: p. 19). De este modo podremos conseguir que se sienta cómodo y esté receptivo a la hora de participar de forma activa en las distintas posibilidades que ofrece.

Dicho esto y una vez superadas las fases de análisis de redes de la misma índole y de elaboración del diseño estructural se podría abordar la tercera, propuesta al inicio de este apartado 4: la implantación. Ésta es en realidad una macrofase, ya que involucra a su vez diversas fases o subfases. Queda fuera del alcance de este trabajo, pero a modo orientativo puede señalarse que una vez ante la propuesta inicial de la arquitectura de la información podría esbozarse la estructura de la interfaz primero mediante un diseño de tipo wireframe.

En estas fases iniciales además ya se podrían llevar a cabo los primeros estudios de usuario mediante pruebas de card sorting a fin de someter a prueba el diseño de la navegación.

Algunos principios a considerar podrían consistir en la observación de cuatro aspectos clave, tales como (1) la composición (con el correspondiente establecimiento de zonas calientes que se visualicen más rápidamente); (2) el uso del color (que permita la correcta visibilidad de los textos así como la asociación y relación mental de diferentes áreas y tipos de información); (3) la tipografía (con el fin de distinguir visualmente grupos de texto y determinar la importancia de éstos) y (4) la adaptabilidad, apostando por el *Responsive Web Design*, a saber, un diseño adaptable a los diferentes dispositivos.

5. Conclusiones

Las redes sociales conforman el punto de encuentro de comunidades en línea cuyos miembros se relacionan e interactúan entre sí, alcanzando cotas de poder de participación y decisión inconcebibles lustros atrás, convirtiéndose de este modo en audiencias activas.

Con la evolución de esta nueva cultura social en Internet y en un estado de tendencia a la personalización de contenidos, se da el fenómeno de la aparición de redes sociales específicas para grupos concretos como son las redes de carácter académico, y entre ellas, las que tienen como misión reunir a los estudiosos de una materia concreta como el caso de una posible red sobre estudios fílmicos que planteamos.

Éste ha sido el pretexto para trazar las pautas a considerar a la hora de desarrollar una plataforma de este tipo que pueda servir de referencia en caso de querer crear una red de la misma índole. Estas pautas derivan del estudio y análisis de otras redes (considerando en todo momento a las audiencias potenciales) y son, fundamentalmente, las ya apuntadas: especificación de los perfiles de usuario, la creación de un repositorio como recurso para almacenar contenidos, la puesta en marcha de incentivos de participación y el desarrollo de una arquitectura intuitiva y consistente capaz de motivar al usuario. Se trata pues de, a través de una estructura y una buena metodología de especialización, crear el entorno óptimo para que estas audiencias sean cada vez más participativas puesto que es dicha participación lo que da sentido a estas redes.

Tanto es así que de tal interacción devendrá su crecimiento, su continua evolución; los propios usuarios son los que alimentarán y adaptarán la red a sus cambiantes necesidades de tal forma que, si bien podemos ser nosotros los iniciadores no debemos olvidar que ellos van a ser los verdaderos demiurgos capaces de modelarla a su entera voluntad, desde el compromiso participativo y en colectivo.

6. Agradecimientos

La investigación para la realización de este artículo fue llevada a cabo con el apoyo de los proyectos de investigación: «Estudio y análisis para el desarrollo de una red de conocimiento sobre estudios fílmicos a través de plataformas web 2.0», financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código HAR2010-18648) y «Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística», financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (código CSO2012-39518-C04-02).

7. Bibliografía

- García-Aretio, L. (2007). "Redes y comunidades". *Comunicación y Pedagogía*, núm. 223, pp. 28-33.
- Harnad, S.; Brody, T.; Vallières, F.; Carr, L.; Hitchcock, S.; Gingras, Y.; Oppenheim, C.; Stamerjohanns, H.; Hilf, E. (2004). "The Access/Impact Problem and the Green and Gold Roads to Open Access". *Serials Review*, vol. 30: núm. 4, pp. 310-314.
- Hirsch, J. (2005). "An index to quantify an individual's scientific research output". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, pp. 16.569-16.572.
- Hsin-Yuan Huang, W.; Soman, D. (2013). *A Practitioner's Guide to Gamification of Education*. Toronto: University of Toronto.
- Krug, S. (2006). *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web*. Madrid: Pearson Educación.

- Maniega, D. (2006). *Aplicación de criterios de usabilidad en sitios web: consejos y pautas para una correcta interpretación*.
http://eprints.rclis.org/8476/1/criterios_usabilidad_dmaniega.pdf
- Martorell, S.; Canet, F. (2013a). "Shared Secrets: Web 2.0 and Research in Social Sciences". *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, vol. 6: núm. 2, pp. 5-64.
- Martorell, S.; Canet, F. (2013b). "Investigar desde internet: Las redes sociales como abertura al cambio". *Historia y Comunicación Social*, vol. 18: núm. especial, pp. 663-675.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de páginas Web*. Madrid: Alhambra Editorial.
- Salinas, J.; Pérez, A.; de Benito, B. (2008). *Metodologías centradas en el alumno para el aprendizaje en Red*. Madrid: Síntesis.
- Sañudo, L. (2012). "El papel de las redes profesionales de investigación e un mundo globalizado". *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, vol. 10: núm. 3, pp. 136-143.
- Tajer, C. (2009). "Las revistas científicas, la inteligencia colectiva y los prosumidores digitales. La cardiología en la era de las redes sociales". *Revista argentina de cardiología*, vol. 77, núm. 5, pp. 439-448.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: William Morrow Company, Inc.