

Recibido el 09_08_2017 | Aceptado el 15_09_2017

EL AUGE DE NUEVOS MODELOS COMUNICATIVOS: CONECTIVIDAD TRANSMEDIA Y CONECTIVIDAD TECNOSOCIAL. ESTUDIO DE CASO: LA LIGA DE OPTIMISTAS PRAGMÁTICOS

THE RISE OF NEW COMMUNICATIVE MODELS: TRANSMEDIA CONNECTIVITY AND TECHNO-SOCIAL CONNECTIVITY. CASE STUDY: THE LEAGUE OF PRAGMATIC OPTIMISTS

Lucía Camarero Cano

| lcamarero@invi.uned.es |

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen: El objetivo de este estudio es conocer cómo son los modos de comunicación de las personas en la sociedad actual y a raíz del nacimiento de Internet; y qué canales de comunicación utilizan. Se analizará la comunicación presencial y virtual sincrónica y asincrónica que tiene lugar a través de las redes sociales analógicas y digitales que formamos los seres humanos. Para poder llevar a cabo este estudio hemos buscado un movimiento internacional que cumpliera con estas características comunicativas, convirtiéndolo en estudio de caso: La Liga de Optimistas Pragmáticos. La metodología utilizada ha sido cualitativa, la observación participante, y los instrumentos utilizados han sido el diario de campo y las rejillas de datos. Los resultados muestran los dos principales modelos comunicativos propios de las comunidades tecnosociales: la conectividad transmedia y la conectividad tecnosocial, que enfatizan la importancia de la cultura de la participación; así como las principales características de la interacción comunicativa y de las relaciones sociales en dichas comunidades tecnosociales representativas del siglo XXI. Este artículo muestra la primera fase del estudio llevada a cabo. Posteriormente, y una vez analizadas las siguientes fases, se podrán ampliar las conclusiones presentadas. **Palabras clave:** comunicación; conectividad transmedia; conectividad tecnosocial; redes sociales; comunidades tecnosociales; cultura de la participación.

Abstract: The objective of this study is to know the modes of communication in today's society and following the appearance of Internet, and which communication channels people use. It will be analysed the synchronous and asynchronous virtual and face-to-face communication, which takes place through the analogue and digital social networks that human beings create. In order to carry out this study, we have sought an international movement that fulfils these communicative characteristics, turning it into a case study: The League of Pragmatic Optimists. The methodology used has been qualitative, participant observation, and the instruments used have been the field diary and the data grids. The results show the two main communicative models of techno-social communities: transmedia connectivity and techno-social connectivity, which emphasize the importance of the culture of participation; as well as the main characteristics of the communicative interaction and of the social relations in those techno-social communities representative of the 21st century. This article shows the first phase of the study carried out. Subsequently, and once the following phases are analysed, the conclusions presented can be extended. **Keywords:** communication; transmedia connectivity; techno-social connectivity; social networks; techno-social communities; participation culture.

1. Introducción

Todo ser social se comunica. Por lo que podemos afirmar que la comunicación es un acto inherente al ser humano. Las sociedades están en continua evolución y este hecho no sería posible si las personas no interactuasen entre sí. Watzlawick *et al.* (1985: 17), sostienen:

“Resulta evidente que la comunicación es una condición *sine qua non* de la vida humana y el orden social. También es obvio que desde el comienzo de su existencia, un ser humano participa en el complejo proceso de adquirir las reglas de la comunicación, ignorando casi por completo en qué consiste ese conjunto de reglas, ese *calculus* de la comunicación humana”.

El proceso comunicativo ha ido transformándose con el paso del tiempo, adaptándose a las nuevas características sociales. Históricamente se han dado varios factores que han marcado un antes y un después en la comunicación humana. Algunos de los más representativos son la aparición de la imprenta de Johannes Gutenberg alrededor de 1450, la invención de las máquinas de composición –como la linotipia y la monotipia durante la revolución industrial del siglo XIX– y el surgimiento de Internet y la Web 2.0 o Web Social a finales del siglo XX y principios del siglo XXI.

Es en este último cambio social en el que nos vamos a centrar, puesto que la aparición de la Web 2.0 ha hecho posible tener una sociedad más globalizada en la que se rompan las barreras espacio-temporales. Como afirma Callejo (2007: 3), “uno de los elementos esenciales de todo cambio civilizatorio es la transformación de la concepción del tiempo y el espacio”.

Como estamos viendo, la comunicación es uno de los actos más importantes no sólo en el ser humano, sino también, en la sociedad. Por ello, hemos querido focalizar esta investigación en conocer y analizar los comportamientos comunicativos en la sociedad actual.

La World Wide Web ha hecho posible que nazcan nuevos canales y herramientas que han abierto paso a nuevos modelos de interacción social dentro de un contexto analógico y digital. Para ello, hemos acotado la investigación dentro de un estudio de caso: la asociación internacional de La Liga de Optimistas Pragmáticos (LOPO), puesto que sus participantes mantienen una comunicación indistintamente presencial (analógica) y en línea (virtual) tanto sincrónica como asincrónica y a través de múltiples canales.

Este estudio nos ayudará a entender cómo son los nuevos modelos de comunicación en la sociedad actual, y cómo el ser humano los interioriza y pone en práctica de manera natural y según sus necesidades inmediatas.

Hay que reseñar que lo que presentamos en esta publicación es la primera fase de una investigación y que, posteriormente, este estudio se podrá ampliar con los datos obtenidos en las siguientes etapas llevadas a cabo.

2. Marco teórico

Los seres humanos formamos redes sociales desde el principio de los tiempos. Sin estas no hubiera sido posible evolucionar como raza y como sociedad. Dichas redes sociales tienen lugar en “comunidades tradicionales” y, por lo tanto, se las considera analógicas. Esto es porque tienen lugar en la presencialidad.

Durante años se ha estudiado el concepto de ‘red social’. Mitchell (1969) sostenía que las redes que formaban las personas servían para explicar y dar sentido al comportamiento social de las mismas. Wasserman y Faust (1994) reflexionan que una red es un conjunto de unidades sociales que se vinculan las unas a las otras gracias a las distintas y variadas relaciones. Mientras, Carlos Lozares (1996: 108) la define como “un conjunto bien delimitado de actores –individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.– vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales”. Por su parte, Félix Requena (1994) afirma que las personas están en continua interacción y sostiene que:

...dicha interacción sigue un derrotero acumulativo, de modo que alcanza a formarse una red de relaciones en continuo proceso de cambio. [...] Las redes no están limitadas ni tan bien estructuradas como los grupos sociales. Sus límites son más vagos y difusos; sin embargo, son mucho más operativas para transmitir información, servicios y ayuda a través de los diferentes niveles de la sociedad (Requena, 1994: 44).

Podemos diferenciar dos niveles de redes sociales: la “red efectiva” y la “red extendida”. La primera hace referencia a aquéllas en las que las personas tienen vínculos muy cercanos las unas a las otras; mientras que la segunda corresponde a las divisiones de estatus y clase social (Requena, 1994).

Los individuos formamos parte de ambas redes a lo largo de nuestra vida. El hecho de formar parte de ellas hace que nos integremos en la sociedad, especialmente, la pertenencia a las redes sociales efectivas (personas cercanas y con lazos sociales afectivos).

A raíz de la aparición de Internet y la Web Social, empezaron a surgir nuevas redes digitales como, por ejemplo, Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras. Estas tienen lugar en –también– un nuevo modelo de comunidad, las comunidades virtuales, es decir, en el ciberespacio.

Camarero-Cano (2015) incluye en la misma definición el concepto de ambas redes (analógico-digitales) considerándolas un todo global:

Las redes sociales son los lazos que se crean entre personas cuando interactuamos las unas con las otras dentro de un espacio de comunicación y conectividad abierto, horizontal y bidireccional. La formación de redes sociales es ineludible ya que somos seres sociales y nos necesitamos los unos a los otros. Las redes sociales pueden ser analógicas (cara-a-cara) o digitales (a través de un ordenador o dispositivo móvil) (Camarero-Cano, 2015: 189).

Por lo tanto, podemos considerar que existe un nuevo tipo de red: las redes tecnosociales, que se extienden y se intercomunican de manera analógico-digital.

Teniendo en cuenta lo anterior, las características de la sociedad actual han creado otro nuevo modelo de comunidad, las comunidades tecnosociales (Camarero-Cano, 2015a). Esta autora explica:

“De alguna u otra manera, vivimos en una sociedad donde las redes sociales analógicas y las redes sociales digitales se interconectan entre sí formando comunidades tradicionales (analógicas) y comunidades virtua-

les (digitales) cuya mezcla indisoluble es lo que llamaremos comunidades tecnosociales” (Camarero-Cano, 2015a: 188).

Estas comunidades tienen sus propias características y, por ello, también desarrollan diferentes modelos de comunicación. Las personas interactúan de manera multidireccional y pasan a ser “webatores” (Pisani y Piotet, 2013). Es decir, dejan de ser ciudadanos pasivos y se convierten en sujetos activos protagonistas en el acto de comunicar y en la participación-acción.

Consecuentemente, dentro de esta nueva realidad nace la “cultura de la participación” (Jenkins, 2008; Aparici y Osuna-Acedo, 2013), que Henry Jenkins define en torno a las siguientes características:

- 1. Relatively low barriers to artistic expression and civic engagement,
- 2. Strong support for creating and sharing creations with others,
- 3. Some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices,
- 4. Member who believe that their contributions matter, and
- 5. Members who feel some degree of social connection with one another (at the least, they care what other people think about what they have created) (Jenkins 2009: 5-6)¹.

En estas nuevas comunidades tecnosociales surge, también, la narrativa transmedia. Carlos Scolari (2014), la define mediante dos rasgos:

“Por una parte, se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. La narrativa comienza en un cómic, continúa en una serie televisiva de dibujos animados, se expande en forma de largometraje y termina (¿termina?) incorporando nuevas aventuras interactivas en los videojuegos. [...] también se caracterizan por otro componente: una

[01] Traducido por la autora: 1. barreras relativamente bajas a la expresión artística y al compromiso cívico; 2. un fuerte apoyo para crear y compartir creaciones con otros; 3. algún tipo de mentoría informal por el cual lo que se sabe de los que más experiencia tienen se transmite a los novatos; 4. miembros que creen que sus contribuciones son importantes; y 5. miembros que sienten algún grado de conexión social entre sí (al menos, que les importa lo que otros piensen sobre lo que han creado).

parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales” (Scolari, 2014: 72).

Esto pone de manifiesto las posibilidades que tiene la sociedad actual para comunicarse sincrónica o asincrónicamente a través de múltiples plataformas y de distintas herramientas. De este modo, las posibilidades que tenemos las personas para vivir dentro de la cultura de la participación son ilimitadas.

2. Metodología

La investigación se ha llevado a cabo en varias fases y se han estudiado diferentes categorías a través de distintos métodos e instrumentos. Por ello, en este artículo nos vamos a centrar exclusivamente en la primera fase de la investigación empírica.

El objetivo principal es conocer los modos de comunicación de las personas, es decir, si nuestra interacción es preferentemente presencial, virtual o mixta (ambos modos simultáneamente), además de conocer la tipología y uso de las herramientas que utilizamos para la misma.

Los objetivos específicos son los siguientes:

→ Analizar la preferencia y frecuencia con que se produce una comunicación presencial y una comunicación virtual y a través de qué redes sociales.

→ Analizar cuántas reuniones virtuales han sido provocadas desde la virtualidad.

→ Analizar qué información iniciada en la virtualidad ha continuado en la presencialidad; y qué información iniciada de manera presencial ha continuado en la virtualidad y a través de qué redes sociales.

La metodología utilizada en esta primera etapa ha sido cualitativa: la observación participativa, también llamada participante. Para ello, la investigadora, actuando como una antropóloga, se ha sumergido en el objeto de estudio para poder estudiar y comprender la realidad. En palabras de Wimmer y Dominick (2001), la investigación cualitativa es el enfoque más antiguo y más utilizado. Esta proviene de ideas filosóficas planteadas por Comte y Mill e incluye hipótesis y objetivos. A su vez, estos autores sostienen que las raíces de la metodología están en Max Weber y Wilhelm Dilthey, los cuáles centra-

ban sus investigaciones en comprender cómo las personas crean e interpretan lo que sucede a su alrededor.

La investigación participativa hace referencia a algo más que una mera observación e incluye una intervención directa del investigador en el objeto estudiado (Corbetta, 2007). Por lo tanto, este método de investigación es una manera de acercamiento a la realidad social, es decir, se trata de conocer transformando (Rodríguez y Hernández, 1994). La investigadora tiene un doble papel: el de observadora y el de participante activo. Por ello, aunque el esfuerzo que tiene que invertir es mayor, lo compensa gracias a la cantidad de información de calidad que obtiene. De este modo, el observador participativo se acerca en un sentido más profundo y fundamental a las personas, a las comunidades estudiadas y a los problemas que les preocupan (Rodríguez, Gil y García, 1999).

Los instrumentos de investigación utilizados para llevar a cabo el análisis han sido dos: en primer lugar, el diario de campo, cuya finalidad ha sido recabar información cualitativamente y tomar notas que combinan “reflexión, organización, y observación” (García Jorba, 2000: 19); y, en segundo lugar, recoger el material en rejillas de datos que nos dará la perspectiva cuantitativa de la observación llevada a cabo. En el primero realizamos un análisis del discurso, mientras que en el segundo elaboramos una recopilación secuencial de los datos.

La observación participativa nos ha permitido perfeccionar y adaptar el propio estudio y las demás fases de la investigación, gracias a los datos y las retroalimentaciones que íbamos obteniendo, además de nuestro propio análisis y entendimiento de la realidad.

Las variables que se tuvieron en cuenta en el estudio fueron: el género (hombre-mujer) y la edad (tres grupos comprendidos entre 18-30, 31-50 y 51-100 años, que en esta primera fase no se tuvieron en consideración).

Gracias a la revisión de la literatura previa y a la observación participante, pudimos elaborar las principales categorías y subcategorías de estudio en relación a la temática que nos ocupa. Son las siguientes:

Tabla 1: Relación de categorías y subcategorías estudiadas.

Categoría	Subcategoría 1	Subcategoría 2
Comunicación y conectividad	Comunicación presencial	
	Comunicación virtual	Conectividad transmedia
	Conectividad tecnosocial	Redes sociales digitales

Fuente: elaboración propia

A continuación vamos a explicar brevemente cada categoría y subcategoría mencionada en la tabla anterior. La categoría de comunicación y conectividad se refiere a la interacción o intercambio de información entre dos o más personas. Esta comunicación puede ser verbal o no verbal.

Dicha categoría comprende tres subcategorías: la comunicación presencial, la cual tiene lugar en un contexto físico y de manera sincrónica; la comunicación virtual, que tiene lugar en la web social gracias a Internet y cuya interacción puede ser sincrónica o asincrónica; y la conectividad tecnosocial, la cual no distingue entre medios analógicos (espacio físico) y medios digitales (espacio virtual), esto es, contempla ambos modos de comunicación como un todo indisoluble.

La subcategoría de comunicación virtual tiene a su vez dos subcategorías: la conectividad transmedia, la cual utiliza múltiples canales de comunicación y, por tanto, incluye la comunicación analógica y la virtual; las redes sociales digitales, que incluye todos los espacios webs, herramientas y canales de comunicación que permiten las relaciones sociales a través de un ordenador y dispositivo móvil.

Nuestra investigación se ha llevado a cabo dentro de un estudio de caso. Es apropiado usar esta metodología cuando se quiere analizar un fenómeno, un objeto o una relación causal (Coller, 2000). Asimismo, este método es favorable para entender y explicar un fenómeno, por lo que representa un instrumento efectivo a la hora de obtener información para analizar el comportamiento de los individuos (Wimmer y Dominick, 2001).

El caso de estudio de nuestra investigación es La Liga de los Optimistas Pragmáticos (LOPO). Por lo tanto, la muestra son todos los miembros (mujeres y hombres) mayores de dieciocho años y que participan en este movimiento social a nivel internacional.

Ha sido posible llevar a cabo este trabajo en LOPO debido a que todos sus miembros mantienen una comunicación presencial (analógica) y en línea (virtual) de manera simultánea y sincrónica/asincrónica a través de diferentes canales comunicativos.

La investigación empírica se ha llevado a cabo durante veintiún meses. Empezó una vez tuvimos la autorización del fundador y coordinador de LOPO, Mark Stevenson, el 15 de marzo de 2013 y finalizó el 15 de diciembre de 2014.

3. Resultados

En este apartado vamos a mostrar los resultados obtenidos una vez realizada la observación participativa. En primer lugar, mostraremos las observaciones

principales recabadas de manera cualitativa gracias a las anotaciones realizadas en el diario de campo:

a) Comunicación presencial: se han tenido en cuenta los comentarios positivos y negativos. Por tanto, destacamos los siguientes factores positivos:

→ Se conoce a los otros directamente y en persona.

→ Se estrechan lazos, evitan malentendidos y facilita y mejora la comunicación.

→ Es el modo más natural de interacción entre las personas.

→ Se lleva a cabo más fácilmente la organización y la toma de decisiones en grupo.

→ Las ideas nacen y fluyen más ágilmente.

→ Es necesario mantener una comunicación presencial frecuente y constante para que sea satisfactoria, el trabajo sea más productivo, salga adelante el proyecto, se produzcan relaciones sociales estables y duraderas y la participación de los sujetos sea comprometida.

En cuanto a los aspectos negativos, sobresalen:

→ Se pierde mucho tiempo en el desplazamiento.

→ Impide que todas las personas que lo desean puedan participar al no poder acudir.

b) Comunicación virtual: se han tenido en cuenta los comentarios positivos y negativos. Por tanto, exponemos los siguientes factores positivos:

→ La comunicación asincrónica es natural y fluida.

→ Permite comunicarse sincrónica o asincrónicamente y trabajar colaborativamente a personas que se encuentran en distintos puntos geográficos.

→ Las videoconferencias permiten a todos los interlocutores oírse y verse a través de la *webcam*, lo que se asemeja a la comunicación presencial. Esto afianza la confianza, ayuda a conocerse mejor, hace que la toma de decisiones sea más ágil y facilita obtener una retroalimentación inmediata.

→ Permite enviar una misma información a un conjunto ilimitado de personas de una sola vez.

→ Existen numerosas herramientas que facilitan la organización y el trabajo colaborativo entre personas rompiendo barreras espacio-temporales.

→ Posibilita llegar a un número masivo de personas.

→ Los emoticonos sustituyen a las expresiones faciales y facilitan mostrar el tono de voz y el estado de ánimo con el que se emite un mensaje, lo que ayuda a evitar malas interpretaciones.

→ Las redes sociales digitales dan visibilidad y facilitan la comunicación virtual.

→ Es importante que la *interface* de las herramientas digitales tengan un diseño intuitivo y atractivo para facilitar la comunicación.

→ Es importante que los usuarios sepan manejar y conozcan las funcionalidades de las herramientas digitales para usarlas correctamente, rentabilizarlas y utilizar la adecuada para cada situación.

→ La información se puede organizar y categorizar según la temática.

→ Se pueden emitir mensajes subliminares a través de las herramientas, páginas webs y redes sociales digitales.

→ Facilita que se produzca un efecto dominó en la comunicación conectando a nuevos participantes.

→ Permite llevar a cabo reuniones rápidas y eficaces.

→ Permite estrechar lazos porque la comunicación es más frecuente.

En cuanto a los aspectos negativos, destacan:

→ Es necesario saber utilizar correctamente las herramientas digitales, de lo contrario la comunicación será nula o ineficaz.

→ La comunicación virtual únicamente en formato escrito es limitada. Es necesario verse y oírse para ganarse la confianza del otro y poder trabajar adecuadamente.

→ Se producen fácilmente problemas en la comunicación y malentendidos.

→ Las herramientas digitales que facilitan la comunicación deben ser intuitivas, de lo contrario la interacción será difícil e ineficaz.

→ Si las herramientas digitales tienen un diseño aburrido y poco atractivo, no atraerá a los usuarios y se perderá la comunicación.

→ Existe desconfianza en la comunicación: no saber con quién se habla, dónde quedan los datos personales registrados, etc.

→ Cuesta más trabajo ganar la confianza entre los interlocutores y estrechar los lazos. Es necesario que pase mayor cantidad de tiempo y ser más constante en la comunicación.

→ Pueden surgir problemas técnicos que impiden o dificultan la comunicación.

c) Conectividad transmedia: una vez analizado el discurso, comprobamos que los usuarios han mantenido una comunicación a través de distintos canales y herramientas de comunicación: correo electrónico, redes sociales digitales, videoconferencias, cara-a-cara, teléfono fijo, teléfono móvil, etc., lo que facilita que la comunicación sea más fluida, no se interrumpa y se adapte a las distintas situaciones y preferencias de los usuarios.

Si la conectividad transmedia es pública, tiene mayor visibilidad y llega a un número más elevado de personas.

d) Redes sociales digitales: a continuación mostramos las herramientas digitales usadas por los usuarios:

→ Correo electrónico: es la más usada. Todos los miembros, sin excepción, lo han utilizado de manera muy asidua.

→ *MailChimp*: también se ha utilizado con frecuencia. Se ha enviado un mismo mensaje de una vez hasta a más de dos mil miembros.

→ *WhatsApp*: tardó unos meses en utilizarse y su introducción se hizo de manera periódica. Se intercambiaban los números de teléfono en las reuniones presenciales y, en ocasiones muy contadas, se hacía por correo electrónico. No obstante, esta herramienta únicamente se ha usado entre los sujetos que tenían una relación más estrecha, constante y de confianza. Su finalidad era el contacto directo e inmediato. Un sujeto afirma: “¿Te parece bien que nos demos el móvil? Quizás sea más rápido para momentos puntuales el *WhatsApp* que el *email*... :)”. También se han creado grupos entre los miembros de algunos equipos de trabajo.

→ Redes sociales digitales: Facebook y Twitter han sido las más populares. GooglePlus apenas ha tenido una buena acogida. Los sujetos han intercambiado mensajes a través de Facebook (privados y públicos) y Twitter desde sus cuentas privadas. Sin embargo, algunos miembros no tenían cuenta personal y no sabían manejarlas. Paulatinamente han ido entrando en este modelo de comunicación y han ido aprendiendo.

→ Las cuentas oficiales de LOPO en Facebook y Twitter han tenido bastante éxito, especialmente la primera. Diariamente se ha incrementado el número de seguidores, sobre todo, en Facebook. Mayoritariamente los seguidores de las redes sociales de LOPO han jugado un papel más pasivo que activo, señalando ‘Like’ en Facebook o haciendo ‘RT’ en Twitter. También, preferían Facebook como canal de información.

→ Algunos factores positivos que destacan de las redes sociales digitales son: (1) ponernos en contacto y encontrar a personas en la red; (2) dar visibilidad; (3) aprender a usarlas correctamente y conocer su aplicación para sacarlas el máximo rendimiento.

→ YouTube: la intención era que se usase activamente para crear vídeos propios. Sin embargo, a pesar de la demanda por parte de los participantes de LOPO, no se ha utilizado todo lo esperado y los usuarios han sido receptores pasivos. Principalmente la causa ha sido la falta de organización y de coordinación entre ellos.

→ Foro: ha sido la herramienta clave para la puesta en práctica de LOPO. Sin embargo, no ha tenido el uso que se esperaba. Las razones que daban los usuarios eran: limitada funcionalidad, poco intuitivo y un diseño aburrido y

nada atractivo. No obstante, la observación participante ha revelado que el mayor problema ha sido la falta de compromiso y de constancia por parte de los sujetos.

→ Skype: es la herramienta más usada para las videoconferencias. Los participantes han expresado la importancia que tiene la comunicación verbal y el hecho de verse y oírse a través de una cámara web. Gracias a las videoconferencias, se ha podido mantener una comunicación bastante cercana a pesar de que los sujetos se encontraban en distintas zonas geográficas y husos horarios.

→ Herramientas sincrónicas y asincrónicas: se han propuesto frecuentemente herramientas que facilitasen la comunicación y el trabajo colaborativo, sin embargo, la mayoría de los participantes han sido reacios a usarlas por falta de interés o por comodidad.

e) Conectividad tecnosocial: aunque no tenemos un gran discurso dentro de esta categoría, la investigadora sí ha podido comprobar gracias a la observación participante que la comunicación tecnosocial ha sido constante a lo largo de todo el estudio. Los usuarios se comunicaban de manera presencial y virtual de forma natural y adaptándose a sus diferentes situaciones y necesidades.

En segundo lugar, presentaremos los resultados obtenidos de manera cuantitativa gracias a las anotaciones tomadas en las rejillas de datos consecuencia de la observación participante. Las observaciones principales se muestran en función de tres bloques diferenciados según los objetivos a estudiar:

a) La cantidad y la frecuencia del intercambio de comunicación: a continuación se exponen dos tablas, la primera correspondiente al año 2013 y la segunda al año 2014, en las que se puede observar la cantidad y la frecuencia con que se ha producido una comunicación sincrónica y asincrónica presencial (analógica) y virtual (digital), y el canal de comunicación utilizado.

Posterior a cada tabla, se presenta un gráfico en el que se puede observar de manera visual la frecuencia de cada canal de comunicación durante los veintiún días que ha durado la observación participante.

En la primera fila horizontal se puede ver los meses en los que se han recabado los datos. En la fila siguiente, la segunda, está la totalidad de reuniones presenciales llevadas a cabo por cada mes. La tercera fila muestra mensualmente el intercambio de comunicación virtual y el canal de comunicación utilizado para la misma. Finalmente, la última columna de cada tabla resume el número total de encuentros comunicativos presenciales y virtuales sincrónicos y asincrónicos, y cada canal utilizado.

Los principales canales de comunicación virtual utilizados por la muestra han sido: *email*, Skype, foro, Facebook y Twitter. El resto de redes y aplicaciones que han sugerido, probado o utilizado ocasionalmente un número reducido de usuarios, no se han seleccionado dentro del estudio por la escasez de datos y su poca trascendencia.

En cuanto al uso del *email* se han enumerado los días en los que ha habido mensajes entrantes y salientes. Una cadena de mensajes (emisor-receptor-emisor) se ha contabilizado como una única conversación.

En el caso de las videoconferencias en Skype, se han tenido en cuenta todas las reuniones virtuales mantenidas.

En relación al foro, se han anotado todos los mensajes publicados. Como hemos hecho con el correo electrónico, una cadena de mensajes (emisor-receptor-emisor) se ha contabilizado como una única conversación.

Por último, en cuanto a las publicaciones realizadas en las redes sociales Facebook y Twitter, únicamente se han tenido en cuenta los mensajes informativos en los que los miembros tenían un papel activo e interactuaban con el resto de usuarios. Las publicaciones generales con mensajes en cadena, de ánimo, frases hechas, chistes, entre otros, no se han tomado en consideración en esta investigación, ya que eran unidireccionales y sólo buscaban dar visibilidad al movimiento.

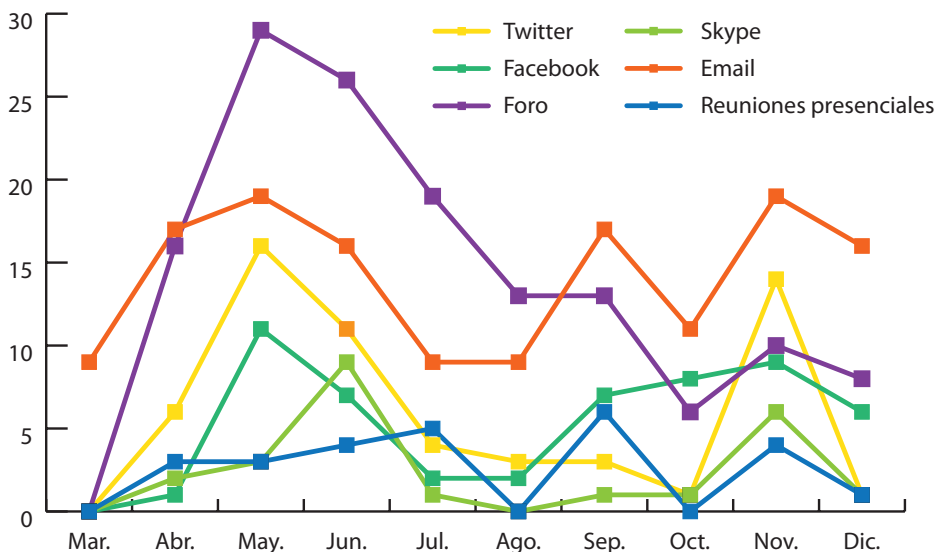
Tabla 2: Cantidad y frecuencia del intercambio de comunicación durante la observación participativa correspondiente al año 2013.

Meses	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Total comunicación presencial	0	3	3	4	5	0	6	0	4	1	26
Total comunicación virtual	9 ✉	17 ✉ 2 ☎ 16 🗨 1 📌 6 🐦	19 ✉ 3 ☎ 29 🗨 11 📌 16 🐦	16 ✉ 9 ☎ 26 🗨 7 📌 11 🐦	9 ✉ 1 ☎ 19 🗨 2 📌 4 🐦	9 ✉ 1 ☎ 13 🗨 2 📌 3 🐦	17 ✉ 1 ☎ 13 🗨 7 📌 3 🐦	11 ✉ 1 ☎ 6 🗨 8 📌 1 🐦	19 ✉ 6 ☎ 10 🗨 9 📌 14 🐦	16 ✉ 1 ☎ 8 🗨 6 📌 1 🐦	142 ✉ 24 ☎ 140 🗨 53 📌 59 🐦

✉ mail; ☎ Skype; 🗨 foros; 📌 Facebook; 🐦 Twitter.

Fuente: elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar el intercambio de comunicación que ha habido a lo largo de los meses en cada medio utilizado. Por ejemplo, en el mes de marzo, no ha habido ninguna interacción presencial y nueve intercambios digitales a través del correo electrónico.

Gráfico 1: Frecuencia de la comunicación correspondiente al año 2013.

Fuente: Camarero-Cano, 2015b: 486.

En el gráfico anterior se puede ver la frecuencia de las interacciones sociales mantenidas a lo largo de los meses a través de los distintos medios comunicativos. Como se puede observar, el medio más estable ha sido el email, ya que otros como, por ejemplo, el foro, tuvo un pico muy alto en mayo pero cayó bruscamente durante el paso de los días hasta finales de año.

Tabla 3: Cantidad y frecuencia del intercambio de comunicación durante la observación participativa correspondiente al año 2014.

Meses	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Total comunicación presencial	1	3	3	5	5	3	2	2	3	3	6	0	36
Total comunicación virtual	20✉ 4📧 3💻 7📺 5🐦	23✉ 5📧 2💻 8📺 10🐦	21✉ 4📧 3💻 8📺 17🐦	17✉ 3📧 9📺 9📺 12🐦	19✉ 5📧 9📺 9📺 11🐦	20✉ 2📧 3📺 3📺 10🐦	10✉ 2📧 3📺 3📺 10🐦	6✉	17✉ 2📧 5📺 6🐦	19✉ 3📧 1💻 3📺 8🐦	21✉ 1📧 3💻 4📺 10🐦	5✉	198✉ 31📧 14💻 59📺 100🐦

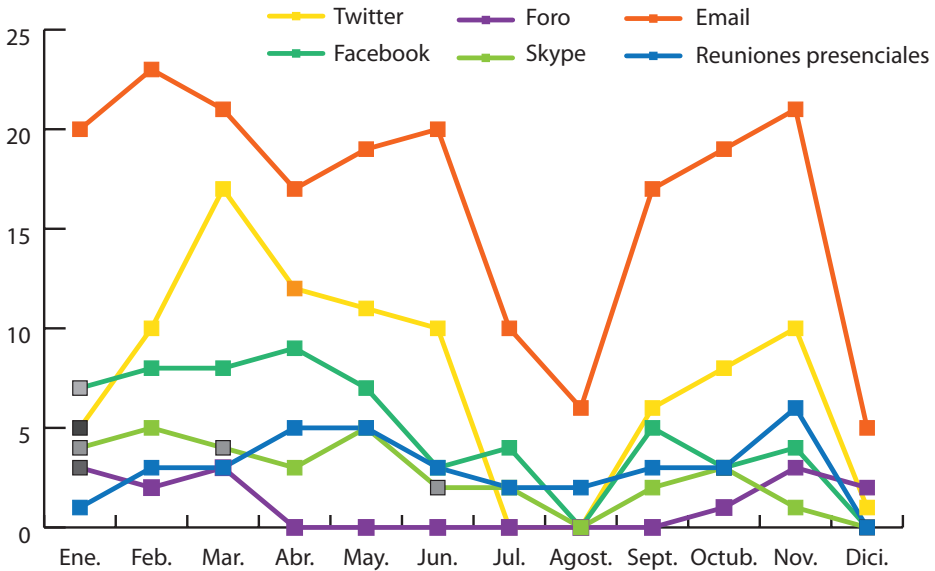
✉ mail; 📧 Skype; 💻 foros; 📺 Facebook; 🐦 Tuitier.

Fuente: elaboración propia

En la tabla anterior se puede observar el intercambio de comunicación que ha habido a lo largo de los meses en cada medio utilizado. Por ejemplo, en el

mes de enero, ha habido una interacción presencial y 39 intercambios digitales a través del correo electrónico, Skype, el foro, Facebook y Twitter.

Gráfico 2: Frecuencia de la comunicación correspondiente al año 2014.



Fuente: Fuente: Camarero-Cano; 2015b: 490.

En el gráfico anterior se puede ver la frecuencia de las interacciones sociales mantenidas a lo largo de los meses a través de los distintos medios comunicativos. Como se puede observar, el medio más estable ha sido el *email* (teniendo en cuenta que los meses de verano apenas hubo actividad).

Antes de pasar a analizar los datos, es importante mencionar varios aspectos que se han tenido que considerar:

→ Durante el primer mes que empezó la investigación (marzo 2013) y el último mes (diciembre 2014) sólo se han tenido en cuenta la mitad de los días.

→ Durante el mes de marzo se estuvo configurando el foro y las redes sociales digitales, así como los usuarios se estuvieron dando de alta en las mismas, lo cual nos dejó sin posibilidad de recabar datos.

→ Durante los meses de vacaciones o con días festivos señalados (julio, agosto y diciembre), los miembros de LOPO tuvieron una actividad más pasiva bajando el volumen de datos.

Como podemos observar, la comunicación virtual ha sido mayoritaria a la presencial. A diferencia de la comunicación analógica, que únicamente es

sincrónica y se tiene que dar cara-a-cara, la comunicación digital puede ser sincrónica o asincrónica y puede llevarse a cabo a través de diferentes canales comunicativos. Por tanto, las reuniones presenciales han tenido una media de tres o cuatro encuentros al mes, mientras que la interacción virtual sincrónica/asincrónica ha sido más diaria y constante.

Si comparamos la comunicación sincrónica presencial y digital, podemos comprobar que han tenido una cantidad y frecuencia similar. Ligeramente se han producido más reuniones presenciales: 26 en el año 2013 y 36 en el 2014, haciendo un total de 62 encuentros cara-a-cara; mientras que las digitales fueron: 24 en el año 2013 y 31 en el 2014, siendo un total de 55 encuentros virtuales sincrónicos.

Los participantes de LOPO decidieron incrementar las reuniones presenciales durante el año 2014, pensando que sería la mejor manera de estrechar lazos. No obstante, la actividad fue menor que en el año anterior, disminuyendo paulatinamente con cada encuentro y bajando su nivel de compromiso.

El resto de los canales de comunicación virtual también incrementaron su volumen de participación del año 2013 al 2014, exceptuando el foro que fue un fracaso (los usuarios lo consideraban antiguo y poco funcional). Sin embargo, al igual que con los encuentros sincrónicos, la actividad y el compromiso de los sujetos fue descendiendo.

En relación a la comunicación virtual asincrónica, en ambos gráficos se puede ver que el correo electrónico ha sido la herramienta preferida, más utilizada y estable. En cuanto al foro, podemos observar que durante los primeros meses que estuvo en funcionamiento tuvo bastante éxito, sin embargo, con el transcurso de los meses fue decayendo hasta ser prácticamente inexistente. Por último, si nos fijamos en las redes sociales digitales, Facebook ha sido más estable que Twitter a lo largo de todo el período y la red social preferente. Esto es debido a que la mayoría de miembros eran usuarios activos de dicha red social, mientras que gran parte de los participantes eran sujetos pasivos, no sabían utilizar o les resultaba compleja la herramienta de Twitter.

b) Las reuniones virtuales que se han provocado desde la virtualidad: a continuación se muestran dos tablas, la primera correspondiente al año 2013 y la segunda al año 2014, en las que se presentan todas las reuniones que han surgido desde la virtualidad y a través de qué herramienta.

La primera fila horizontal hace referencia a los meses en los que se han recabado los datos. La fila segunda expone el canal por el que se produjo la comunicación. Cada cadena de mensajes se considera un único hilo de conversación. Si el intercambio de comunicación se ha iniciado en un canal,

por ejemplo, el *email*, y ha continuado a través de otro, por ejemplo, *WhatsApp*, se contabilizan los dos en el mismo día.

En la fila tercera se puede ver el número total de conversaciones que han tenido lugar cada mes. Por último, en la última columna se ha anotado el número total de conversaciones de todo el año.

Tabla 4: Reuniones virtuales que han sido provocadas desde la virtualidad durante la observación participativa correspondiente al año 2013.

Meses	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Red social	-	✉	✉ 🐦	✉ 💬	-	-	✉	✉	✉ 💬	-	
Días totales	-	3	4	10	-	-	2	1	4	-	24

✉ mail; 🗣 Skype; 🗣 foros; 📘 Facebook; 🐦 Tuitter; 💬 WhatsApp.

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior muestra las reuniones que se han organizado y mantenido desde la virtualidad en el año 2013. Por ejemplo, en el mes de abril se mantuvieron un total de tres reuniones virtuales.

Tabla 5: Reuniones virtuales que han sido provocadas desde la virtualidad durante la observación participativa correspondiente al año 2014.

Meses	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Red social	✉ 💬	✉	✉ 💬	✉ 💬	✉ 💬	💬	✉	-	✉	✉	✉	-	
Días totales	5	4	4	4	5	1	2	-	3	2	1	-	31

✉ mail; 🗣 Skype; 🗣 foros; 📘 Facebook; 🐦 Tuitter; 💬 WhatsApp.

Fuente: elaboración propia

La tabla anterior muestra las reuniones que se han organizado y mantenido desde la virtualidad en el año 2014. Por ejemplo, en el mes de abril se mantuvieron un total de 4 reuniones virtuales.

Como podemos observar en la tabla del año 2013, de las 24 reuniones virtuales que tuvieron lugar, 23 de ellas fueron convocadas desde el correo electrónico y solo una desde el *WhatsApp*. De estas 23 reuniones, dos de ellas continuaron la cadena de comunicación a través de otro medio: una desde Twitter y la otra desde el *WhatsApp*.

En relación al año 2014, podemos constatar que de las 31 reuniones virtuales que se realizaron, 26 se convocaron a través del correo electrónico y cinco desde el *WhatsApp*. De estas 26 reuniones, tres de ellas continuaron

el intercambio de comunicación por otro canal diferente como el *WhatsApp*.

Si analizamos los dos años en conjunto, se han mantenido un total de 55 reuniones virtuales y todas ellas se han convocado desde la virtualidad. En la mayoría de los casos los participantes de LOPO se encontraban en distintos puntos geográficos, por lo que era o la única opción o la más conveniente. En algunas reuniones presenciales se ha hecho alusión a mantener o continuar la conversación en una futura reunión virtual pero en ningún caso se ha llegado a concretar ni materializar.

El correo electrónico ha sido la herramienta más utilizada por los usuarios para organizar las reuniones, 49 de las 55 convocatorias totales fueron acordadas de este modo. Los seis encuentros restantes han sido llevados a cabo desde el *WhatsApp*. Por otro lado, cuatro conversaciones que se iniciaron en el correo electrónico, han continuado a través del *WhatsApp*, mientras una de ellas desde Twitter. Por lo tanto, después del *email*, la segunda opción preferente ha sido el *WhatsApp*, siendo su uso muy reducido, y la tercera opción Twitter, considerada su participación anecdótica.

c) La información que ha comenzado de manera presencial y ha continuado en la virtualidad y la que se ha iniciado de manera virtual y ha continuado en la presencialidad: este apartado de la investigación nos recuerda la reflexión que hacía Castells (2001) sobre el poder que tiene la interacción social tanto presencial como virtual: cuanto más red social física se tiene, más se utiliza Internet, mientras que cuanto más se utiliza Internet, más se refuerza la red física que se tiene. A esta idea la llamó “cuanto más, más”.

En este apartado hemos organizado los datos por etiquetas, lo que no ha permitido comparar qué cantidad de información ha comenzado en la virtualidad y en la presencialidad y a través de qué canal de comunicación. Hemos descartado la información iniciada y finalizada en el mismo espacio-tiempo.

Los canales de comunicación utilizados han sido: el correo electrónico, Skype, el foro, Facebook y Twitter. A continuación mostramos la relación de etiquetas categorizadas:

1. preparación de próximas reuniones presenciales
2. organización y estrategia de LOPO
3. puesta en marcha del foro
4. presentación de proyectos
5. resolución de problemas entre miembros
6. redes sociales
7. transcripciones
8. lista de mensajería masiva

9. reunión presencial anterior
10. información sobre la reunión presencial (fotografías y pequeñas píldoras de información de lo que está pasando)
11. ánimo e impulso hacia los nuevos miembros
12. búsqueda de asociaciones y personas con los mismos intereses
13. colaboración en proyectos
14. incorporación y presentación de nuevos miembros
15. nuevas estrategias de captación de personas
16. presentación de nuevos clubs
17. lista de mensajería
18. desarrollo e impulso del foro
19. presentación de nuevos miembros
20. compartir información (texto, vídeos y fotografías)
21. desarrollo de los proyectos iniciados
22. proyectos presentes y futuros: plan de acción
23. nueva plataforma web
24. puesta en marcha de nuevos proyectos
25. información sobre la reunión presencial

Una vez que hemos categorizado toda la información proveniente de cada canal con la etiqueta correspondiente, hemos podido sacar las siguientes observaciones:

La mayor parte de la información se ha iniciado en la virtualidad y, posteriormente, ha continuado de manera presencial. Los canales de comunicación más utilizados por los usuarios han sido el correo electrónico y Skype. Aunque los sujetos utilizaban de manera más asidua el correo electrónico, las videoconferencias completaban la información produciéndose bastante ambigüedad.

La información más relevante como, por ejemplo: “organización y estrategia de LOPO”, “proyectos presentes y futuros: plan de acción”, “financiación”, “nueva estrategia de captación de personas”, “desarrollo e impulso del foro”, “nueva plataforma web” y “colaboración en proyectos” comenzaba previamente en la virtualidad. Sólo tuvo más relevancia la información iniciada en la presencialidad al comienzo de la investigación y antes de que se estableciesen las herramientas digitales.

En relación al foro, los primeros meses de actividad y tras darlo de alta, entre abril y julio de 2013, tuvo mayor actividad. Posteriormente, su uso fue decayendo hasta prácticamente desaparecer. La información iniciada en la virtualidad desde este canal era la “presentación de proyectos”, la “colabo-

ración en proyectos” y “el desarrollo e impulso del foro”. Por el contrario, la información que se iniciaba en la presencialidad era menos trascendente: la “presentación de nuevos miembros” y “compartir información (texto, vídeos y fotografías)”.

Finalmente, las redes sociales digitales, Facebook y Twitter, han sido los canales que más contenido han iniciado en la presencialidad, ya que la mayoría de los mensajes que se publicaban eran actividades que estaban sucediendo o que acababan de ocurrir en una reunión presencial: “información sobre la reunión presencial”, “fotografías y pequeñas píldoras de información de lo que está pasando” y “compartir información (texto, vídeos y fotografías)”. Por el contrario, las conversaciones iniciadas en la virtualidad trataban principalmente de la “presentación de proyectos” y de dar “ánimo e impulso hacia nuevos miembros”.

4. Conclusiones

Una vez revisados todos los resultados y las observaciones hechas, podemos comprobar que las personas se comunican dentro de un entorno analógico-digital simultáneamente. De este modo, es evidente que el modelo comunicativo predominante es la conectividad tecnosocial.

Dentro de ésta, hemos podido corroborar que los usuarios mantienen una conectividad transmedia que sucede de manera natural e inconsciente. Por ejemplo, una misma conversación puede iniciarse a través del correo electrónico, continuar por Skype, posteriormente seguir en la presencialidad y finalizar mediante el correo electrónico, formando así un laberinto comunicativo según las circunstancias y necesidades de los participantes. El mismo hilo puede prolongarse durante días incorporando (o eliminando) cada vez más canales, o saltando de uno a otro indistintamente, y más personas.

Por lo tanto, podemos afirmar que “al igual que ocurre con las narrativas transmedia, la comunicación transmedia permite que no sólo consumamos el producto como receptores pasivos, sino que también tomemos parte activa del proceso comunicativo creando contenido” (Camarero-Cano, 2017: 78). De este modo, todos los participantes del proceso comunicativo son 'webactores', es decir, sujetos activos con poder no sólo para recibir y aportar sino, también, para transformar.

Este modelo nos acerca al concepto de “convergencia mediática” (Jenkins, 2008), que parafraseando a este autor, representa un cambio cultural que permite a las personas establecer al mismo tiempo conexiones entre contenidos mediáticos dispersos y confluyentes. Asimismo, participan un número elevado de personas, aumentando el círculo de conexiones primarias, como

postula la teoría de los seis grados de separación (Watts, 2003). Todo ello hace posible que se produzca la cultura de la participación con mayor protagonismo, estableciendo así nuevos parámetros para la sociedad actual.

Las herramientas comunicativas que más han utilizado los sujetos son el correo electrónico, la red social digital Facebook y la aplicación móvil *WhatsApp*. No obstante, el conocimiento que tienen de las mismas es bastante limitado, impidiendo que le saquen el mayor provecho y le den el mejor uso efectivo. Además, tienen bastante desconocimiento general en materia de comunicación, medios y usos.

Otra de las conclusiones que hemos podido extraer son las características que tiene la interacción comunicativa (transmedia y tecnosocial) y, por tanto, las relaciones sociales, dentro de una comunidad tecnosocial:

- Son más constantes, estables y continuas en el tiempo.
- Permiten estrechar lazos.
- Son más flexibles.
- Eliminan barreras espaciales facilitando una comunicación global selectiva e intercultural.
- Eliminan barreras temporales posibilitando una comunicación sincrónica y asincrónica desde cualquier huso horario.
- Amplían el círculo de interacción social.
- Generan mayor retroalimentación.
- Generan mayor poder de transformación.

Estas conclusiones se podrán ampliar en una segunda fase del estudio, en la que se llevarán a cabo otros métodos de investigación como las entrevistas, los grupos de discusión y los cuestionarios.

5. Bibliografía

→ APARICI, R. y OSUNA, S. (2013): 'La Cultura de la Participación', en *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 4(2), 137-148. Consultado el 24 de julio de 2017 desde: <http://www.mediterranea-comu->

nicacion.org/article/view/2013-v4-n2-la-cultura-de-la-participacion

→ CALLEJO, J. (2007): *El esquema espaciotemporal en la sociedad digital*. Madrid, España: UNED.

→ CAMARERO CANO, L. (2017): 'Intercreatividad y comunicación transmedia: el auge de las comunidades tecnosociales', en QUIÑONES, E.; DURÁN, L.; CÁRDENAS, Y. y MEJÍA, N. (Ed.): *Cultura transmedia, comunicación y educación: avances y significaciones*, 76-80. Bogotá: Universidad Manuela Beltrán (UMB Virtual). Consultado el 24 de julio de 2017 desde: http://umbvirtual.edu.co/wp-content/uploads/2016/11/Transmedia_Segunda%20Edicion_2016.pdf

→ CAMARERO CANO, L. (2015a): 'Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital', en *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 6(1), 187-195. Consultado el 24 de julio de 2017 desde: <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM201>

→ CAMARERO CANO, L. (2015b): 'Conectividad e intercreatividad en las comunidades tecnosociales. Un estudio de caso: La Liga de Optimistas Pragmáticos'. Tesis doctoral no publicada. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

→ CASTELLS, M. (2001): 'Internet y la sociedad red'. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. Consultado el 24 de julio de 2017 desde: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>

→ COLLER, X. (2000): *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

→ CORBETTA, P. (2007): *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.

→ GARCÍA JORBA, J. (2000): *Diario de campo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

→ JENKINS, H. (2009): *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. Massachusetts: Institute of Technology (MIT).

→ JENKINS, H. (2008): *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

→ LOZARES, C. (1996): 'La teoría de redes sociales', en *Papers*, 48, 103-126.

→ MITCHELL, J. C. (1969): *Social networks in urban situations. Analysis of personal relationships in Central African towns*. Manchester: Institute for African Studies, University of Zambia.

→ PISANI, F. y PIOTET, D. (2009): *La alquimia de las multitudes. Cómo la Web está cambiando el mundo*. Barcelona: Ediciones Paidós.

→ REQUENA, F. (1994): *Amigos y redes sociales*. Madrid: Centro de Investiga-

ciones Sociológicas.

→ RODRÍGUEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*. España: Algive.

→ SCOLARI, C. A. (2014): 'Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital', 71-81. Tema 6. *Anuario AC/E de cultura digital*. Madrid: Acción Cultural Española. Consultado el 24 de julio de 2017 desde: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf

→ WATTS, D. J. (2003): *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. New York: W. W. Norton & Company.

→ WASSERMAN, S. y FAUST, K. (1994): *Social Network Analysis*. Cambridge: University Press.

→ WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. y JACKSON, D. (1985): *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Editorial Herder.

→ WIMMER, R. y DOMINICK, J. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Madrid: International Thomson Editores.

Para citar este artículo:

Camarero Cano, L. (2017): 'El auge de nuevos modelos comunicativos: conectividad transmedia y conectividad tecnosocial. Estudio de caso: la Liga de Optimistas Pragmáticos', en *index. comunicación*, 7(1), 219-241.

