

Presentación

Estudio sobre usos y prácticas de las redes sociales en el periodismo de internet

Las redes sociales en Internet, se han consolidado en los medios de comunicación online y como una forma de realizar periodismo que ha tomado fuerza en el segundo lustro de la década pasada. Investigaciones sobre los diferentes medios sociales que se han dado a conocer a través de libros y artículos dan fe de la consolidación de estos recursos en la vida de las personas, de las instituciones, empresas y con más fuerza, en los medios de comunicación. El periodismo no ha sido ajeno a la influencia de las redes sociales. De hecho, se ha visto fagocitado exponencialmente tanto así, que su uso marca un antes y un después en la profesión periodística.

El presente estudio analiza los usos y las prácticas de las redes sociales en el periodismo. Como antecedente a esta publicación, se citan las investigaciones llevadas a cabo en el marco del Proyecto “*Cybermedia II: Desarrollos e Innovaciones del Periodismo en las Redes sociales en Internet y Telefonía móvil. Convergencias, Modelos de negocio, Servicio y Formación*” (Plan Nacional I+D+i Ref. CSO2011-25235) cuyos integrantes, profesores doctores de la Universidad Complutense de Madrid, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad de Sevilla y Universidad de Valladolid, han estudiado en profundidad diferentes aspectos de las redes sociales y cuyos resultados han sido publicados en los libros: *Innovaciones periodísticas en las redes sociales* (2013) y *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales* (2014).

En este estudio, al que se han invitado, además, a investigadores internacionales de la Universidad Estadual Paulista (Sao Paulo, Brasil), que forma parte de la tercera y última fase del mencionado proyecto Cybermedia II, se parte de un modelo empírico, de contextualización general y **etnográfico** del análisis sobre el desarrollo y la implicación que han tenido las redes sociales en Internet en el periodismo profesional. Concretamente, análisis de **los usos y prácticas que realizan los periodistas** (con datos extraídos de informes de organizaciones internacionales sobre las redes en los medios de comunicación e instituciones); los **usos y prácticas de redes sociales por parte de los ciudadanos** (como parte de la audiencia necesaria de los medios en Internet). Así también, **entrevistas a periodistas gestores de las redes** (o community manager); **discusión de grupo** (focales) entre teóricos, investigadores y profesores de periodismo usuarios de las redes; cuestionario sobre tendencias a profesionales, investigadores y gestores implicados en las redes sociales. Cada artículo del monográfico incluye unas **conclusiones sobre la evolución** del tema analizado, las **tendencias**, cerrando cada tema abordado con una valoración global de los trabajos de campo realizados durante los tres años de la investigación del proyecto.

Con esta investigación se pretende mostrar una radiografía del momento por la que atraviesa la profesión periodística, su formación en las facultades y su audiencia,

Presentación

en un entorno evolutivo y flexible donde las redes sociales se han convertido en una herramienta periodística más en la práctica profesional y en la inmersión de la futura Web semántica 3.0, lo que conllevaría a una propuesta de inclusión del aprendizaje (de los medios sociales) desde una perspectiva metodológica, científica y práctica en los planes de formación de los estudios de Periodismo y Comunicación.

Jesús FLORES VIVAR
Universidad Complutense de Madrid