

Usuarios 2.0: características y tipología

ISABEL VILLASEÑOR RODRÍGUEZ

Universidad Complutense de Madrid

Podríamos afirmar que el Usuario 2.0 se caracteriza por formar parte de la “Cultura 2.0”, un fenómeno tecnosocial que se ha desarrollado en los últimos años y que, en la actualidad, se encuentra en su máximo esplendor. Es en este contexto en el que, como dice Fumero, “[...] interactúan lo social (cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos) y lo tecnológico (nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios), provocando cambios de lo uno sobre lo otro”.¹ Esta cultura, aprovechando la *democratización* o *popularización* de las nuevas tecnologías, se fundamenta en una nueva concepción social del ser humano que tiene que ver con el deseo de compartir, estar informado y comunicarse. En este sentido, y aunque no es éste el principal interés de nuestro estudio, necesitamos una idea de la cual partir para afrontar el concepto de “Cultura 2.0”. Por eso, de entre todas las posibles, nos basaremos en la definición de “cultura” o “civilización” que ofrece Tylor cuando dice que: “[...] en sentido etnográfico amplio, es aquel todo completo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualquier hábito y capacidades

1 A. Fumero y G. Roca, con la colaboración especial de Fernando Sáez Vacas, p. 11.

adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”.² Por su parte, Domingo Barbosa, Alfonso Vázquez, Jesús Seco y Juan Manuel Jiménez, distinguen entre *Cultura 0.0* y *Cultura 2.0*”, afirmando que la primera parte de la cultura general como contraposición a la ideada desde el espectro de la Red, del ciberespacio, titulada *Cultura 2.0*. Ambas distintas y distantes que pugnan por la hegemonía de lo real. La primera, supone lo consciente y lo vivido; la segunda, lo virtual, imaginación de la primera. Estos autores señalan la igualdad de ambas, considerando la 2.0 como prolongación necesaria para comprendernos y seguir existiendo en la realidad. Es mucho más que lo entendido como “realidad virtual”: empaqueta actos, creencias, valores que abarcan toda la experiencia social, organizando la sociedad desde esa posibilidad de intercambio y comunicación.

El profesor Figueroa Alcántara, por su parte, sintetiza perfectamente el sentido de esta cultura cuando dice que se trata de la cultura de obsequiar, compartir, colaborar, reconocerse y solidarizarse en la sociedad red. Es una cultura símbolo de un nuevo movimiento social que cuenta, entre sus atributos, con la libre circulación de información, la colaboración, el intercambio de conocimientos, la generosidad para ayudar a otros, la reciprocidad, la solidaridad, la crítica abierta y el reconocimiento social de los mejores dentro de la comunidad, sustentándose en unos principios que caracterizan al Usuario 2.0 y que son, entre otros, que toda la información sea de libre acceso y circulación y que todo usuario desee colaborar, transmitir y compartir.

El Usuario 2.0 desarrolla nuevos usos sociales y nuevas formas de comunicación, fomentando la libre circulación de información, la colaboración y el intercambio de conocimientos a través de tecnologías que ya no están sólo en manos de expertos. Se enriquece con los contenidos generados por otros usuarios y obsequian los creados por él. Su presencia en Internet es cada vez más frecuente y numerosa; su tipología, muy variada. Este usuario utiliza con mayor o menor habilidad todos los recursos técnicos nacidos en un entor-

2 E. B. Tylor, *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Custome*, p. 10.

no cambiante, innovando e involucrándose en su desarrollo. Algunos de estos recursos son los foros de discusión, de mensajes o de opinión, los blogs, los portales webs, el correo electrónico, los grupos de noticias, los chats, los mundos virtuales, las wikis, las redes sociales, etc. Son herramientas y servicios diseñados y difundidos para animar a la participación, al intercambio libre y gratuito de información; herramientas y servicios complejos aunque intuitivos y fáciles de usar. De todos ellos, cabe destacar el de las redes sociales por ser el más extendido. En este sentido, y como dicen Nicholas A. Christakis y James H. Fowler:

“[...] las nuevas tecnologías [...] se limitan a hacer posible nuestra ancestral tendencia a conectar con otros humanos [...] Por muy abstractas, grandes, complejas y supermodernas que sean las redes sociales formadas en el ciberespacio, siguen reflejando tendencias humanas universales y fundamentales que aparecieron en nuestra prehistoria, cuando nos contábamos historias alrededor de una hoguera en la sabana africana”,³ porque ‘los seres humanos somos animales sociales que vivimos en grupos y próximos unos de otros...Nuestras relaciones con otros seres humanos son cruciales, la sociabilidad humana y las redes sociales tienen antiguas raíces genéticas’.⁴

Las redes sociales virtuales vienen a desarrollar las naturales y reales, las que siempre han existido basándose en conexiones establecidas entre las personas que las componen. El desarrollo de la tecnología ha hecho que cambie la forma en que nos conectamos gracias, entre otras cosas, a la no limitación geográfica o por timidez o discriminación y al inmenso poder para multiplicar los efectos de cualquier iniciativa. En este sentido, Ugarte⁵ habla de una *red distribuida*, basada en una multiplicidad de agentes

3 N. A. Christakis y J. H. Fowler, *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*, pp. 266-267.

4 *Ibid.*, p. 224.

5 D. de Ugarte, *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberactivismo*.

que actúan autónomamente, coordinándose espontáneamente en la red, al margen de las clásicas formas y jerarquías y con manifestaciones tales como el *ciberactivismo* o la *blogsfera*.

El Usuario 2.0 entiende las relaciones sociales de forma diferente al estar imbuido en un contexto marcadamente tecnológico que le permite crear, aportar, difundir, compartir y colaborar. No importa tanto lo que sabe o deja de saber sino cómo lo comunica en su afán por contribuir a la generación de conocimiento colectivo. Se trata de un usuario que actúa, siendo él quien tiene la capacidad de elegir entre la diversidad de posibilidades que existen, y que aporta, crea, informa y difunde. Pero también se constituye en una parte de un todo que lo afecta y con el cual se vincula, perdiendo parte de su individualidad, hasta el punto de dejarse influir (consciente o inconscientemente) por las opiniones, informaciones o acciones que aporten los demás, en un contagio que posibilitan las redes sociales al jugar un importante papel en la propagación de emociones. De cualquier forma, el Usuario 2.0 forma parte de una o varias comunidades porque es un ser sociable y se reconoce como individuo en la sociedad, deseando interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos, compartiendo un proyecto determinado que constituye la razón de ser de su grupo, utilizando una tecnología que le facilita su propósito (personal o profesional) y actuando en un ámbito que siente como propio y al cual pertenece.

La importancia de la existencia de este Usuario 2.0 hace que nos planteemos la necesidad de conocerlo mejor y de una manera sistemática. Para ello, pueden utilizarse distintas metodologías. Domingo Barbosa, Alfonso Vázquez, Jesús Seco y Juan Manuel Jiménez⁶ proponen la aplicación de la metodología clásica⁶ de ciencias sociales como la antropología, la etnografía y la sociología, al ciberespacio, justificando por qué la antropología ha de ocuparse del estudio de éste cuestionando si las técnicas tradicionales de la Etnografía son

6 *CULTURA 2.0. Técnicas de investigación en entornos digitales*. Domingo Barbosa, Alfonso Vázquez, Jesús Seco, Juan Manuel Jiménez. Barcelona: UOC, 2010.

aplicables a este nuevo entorno inmaterial. Para ello, hablan de la ciberantropología, subdisciplina de la antropología que se ocupa del estudio etnográfico de las relaciones entre los hombres y las máquinas a finales del siglo XX, en el que las nuevas tecnologías sirven como agentes de producción social y cultural. Estos estudios crecen y se reorientan a investigar las comunidades electrónicas desde la perspectiva de los contextos donde las tecnologías del ordenador se desarrollan, hasta las interacciones entre los diseñadores, los usuarios y las comunidades que resultan de esa interacción, a veces imaginadas e inventadas, pero capaces de crear nuevas identidades, como los ciborgs o vecinos electrónicos, así como a vivir en regiones y comunidades que resultan de esa interacción. Estudios que crecen y abordan cada vez más facetas y dimensiones de los entornos digitales, y que cubren a los diversos grupos de población implicados y las innovaciones, tanto tecnológicas como sociales, que surgen a una velocidad vertiginosa.

La consideración de que la Cultura 2.0 es prolongación necesaria de la *Cultura 0.0* para comprendernos y seguir existiendo en la realidad, resulta de gran novedad ya que asegura la igualdad de ambas. Por otra parte, los autores defienden la etnografía como *viejo* método de trabajo e investigación antropológica perfectamente válida para aproximarnos a las nuevas tecnologías, una vez que se haya adaptado a las peculiaridades concretas con las que lo *ciborg* nos desafía. La Antropología nos permite descubrir el ordenamiento intrínseco de la sociedad ese descubrimiento nos permite comprender, y esa comprensión nos llevará a mejorar la calidad de vida de los miembros de este nuevo sistema. Entre las técnicas a utilizar proponen, entre otras, las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión, las encuestas en la red, el análisis de contenido de mensajes escritos u orales, las “historias de vida”, la observación participante, las técnicas audiovisuales, etc.

TIPOLOGÍA

Obviamente, hay tantos perfiles de Usuarios 2.0 como individuos diferentes navegando por Internet. Por lo tanto, es casi imposible definir un perfil determinado que corresponda a una comunidad de usuarios que tenga características comunes. Lo que importa ahí realmente es tener en cuenta no tanto al individuo sino a la comunidad de la que forma parte. En este sentido, Gallego Vázquez considera que lo esencial son las comunidades, entendidas como un “[...] grupo de personas que comparte un mismo fin y voluntariamente se asocian para conseguirlo”.⁷ Para este autor hay una serie de elementos que definen una comunidad: sus objetivos, que son comunes (los que aglutinan a la comunidad) y personales (específicos de cada integrante y no necesariamente iguales al común); la identidad,⁸ el reconocimiento, para incentivar a los miembros a incrementar su colaboración; las normas como barreras de entrada, de promoción, de comportamiento, de recompensa y de salida; el medio, físico o virtual, donde interactúan los integrantes de la comunidad y que permite su desarrollo y la comunicación entre sus miembros; la jerarquía, para motivar y reconocer el esfuerzo de los usuarios; el compromiso, y el líder, el elemento más importante en las fases iniciales de toda comunidad. Y distingue tres tipos de comunidades:

- Activas: “[...] grupo de personas que tienen un fin común y cuentan con las herramientas sociales necesarias para llevar ese fin a cabo. Normalmente [...] llevan ya tiempo en marcha y cuentan con sus líderes, sus medios y sus objetivos propios”.⁹

7 J. A. Gallego Vázquez, *Todo lo que hay que saber de comunidades virtuales y redes sociales*, p. 28.

8 “El miembro de la comunidad debe ser consciente de su pertenencia, y sentirse parte de ella, y elemento necesario en su desarrollo”. *Ibid.*, p. 69.

9 *Ibid.*, p. 79.

- Latentes: “[...] las creadas a partir de [...] la detección de una necesidad o inquietud por parte de un grupo de personas que no tiene contacto entre sí, y la creación de una plataforma que permite a todas esas personas ponerse en contacto y construir la comunidad”.¹⁰
- Instantáneas: “sin continuidad espacio-temporal”.¹¹

Hasta el momento, son escasos los trabajos de carácter teórico que afronten una tipología de Usuarios 2.0. En la bibliografía consultada hemos podido ver algunas clasificaciones y caracterizaciones de usuarios en la red fundadas esencialmente en resultados obtenidos a través de trabajos de campo. Así, el antropólogo Vázquez Atochero¹² nos dice que existen diferentes tipos de comunidades virtuales con características particulares y se basa en los resultados obtenidos de una investigación llevada a cabo por observación participante en la red mediante visitas y el registro de múltiples comunidades, observando las pautas de comportamiento de sus componentes, las posibilidades de cada comunidad y la manera en que los nuevos miembros se posicionaban en la red. Algunas de estas comunidades son los BBS (bulletin board system—sistema de tablero de anuncios), los foros de discusión, de mensajes o de opinión, la blogosfera, entendida como conjunto de weblogs repartidos por el ciberespacio, los portales web, los grupos de correo electrónico (las listas de correo o listas de distribución), los grupos de noticias, los chats, etc. De todos ellos, el autor da cuenta, a su vez, de los distintos tipos de usuarios que forman parte de algún foro de discusión, a los que llama genéricamente “foreros” o “foristas”. Contamos con foros generales y temáticos, abiertos o restringidos y usuarios registrados o invitados, activos o latentes; entre ellos están los *lurkers* (que leen pero no escriben), los *spammers* (que introducen publicidad en los foros), los *troles* (que insultan o molestan a otros usuarios), los *leechers* (que sólo obtienen beneficios, sin

10 *Ibid.*, p. 84.

11 *Ibid.*, p. 94.

12 A. Vázquez Acheró, *Ciberantropología. Cultura 2.0*.

aportar nada a cambio), los *fakes* (que se hacen pasar por otros miembros), los *títeres* (inscritos en el foro dos o más veces haciéndose pasar por diferentes miembros), los *chatters* (que utilizan un lenguaje casi jeroglífico, herencia de los mensajes sms), los *arqueólogos* (que se afanan en tener en primera página temas antiguos), los novatos (que participan sin tener en cuenta las normas de la comunidad), el *administrador* (normalmente creador del foro, puede eliminar o corregir a los usuarios y cuenta con un status especial) y los *usuarios moderadores* (que tienen la potestad para controlar cierto tipo de intervenciones e incluso eliminar mensajes que se consideren no adecuados).

Dolors Reig¹³ da a conocer otra tipología basándose en aspectos relacionados con las actitudes y conductas de los usuarios de redes sociales que, en su día, estableció OFCOM.¹⁴ Podemos encontrar:

- *Alpha socializers*: personas que usan los sitios sociales en intensos y cortos periodos de tiempo para flirtear, conocer gente nueva o entretenerse.
- Buscadores de atención: personas que buscan la atención y los comentarios de los demás, “posteando” (subiendo a la red) fotos y personalizando sus perfiles.
- Seguidores: personas que se unen a sitios sociales para estar al día de las actividades de sus contactos en la vida real.
- Fieles: personas que usan las redes sociales para recuperar amistades del pasado.
- Funcionales: personas que tienden a usar los sitios de redes sociales con un único objetivo puntual.
- No usuarios: pueden clasificarse en distintos grupos, con base en las razones que se aducen para no utilizar redes sociales, tales como la preocupación por la seguridad, la poca

13 D. Reig, *Actitudes, comportamiento, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales*.

14 Organización reguladora independiente para las industrias de la comunicación en Reino Unido.

experiencia técnica o motivos intelectuales al suponer las redes sociales como una pérdida de tiempo.

Domingo Barbosa, Alfonso Vázquez, Jesús Seco, Juan Manuel Jiménez, al considerar la red como nuestro territorio, nuestra aldea global, afirman que los usuarios son la tribu, y una tribu con ciertas características irrepetibles, ya que un mismo usuario suele tener una identidad en cada escenario: en su vida física y en su vida virtual. Cada usuario tiene su rol y su función en este espacio virtual. Para poder comprender de forma amplia y globalizada esta tribu, se tendrán en cuenta no sólo a quienes están integrados en las nuevas tecnologías, sino a aquellos que por una u otra razón se han ido quedando al margen. Todos estamos dentro (aborigen digital), la diferencia es que unos controlan este medio y otros no. Entre los excluidos y los integrados, se abre la brecha digital (desigualdades económicas, sociales y personales). Para estos autores existe, pues, una gran diversidad de pobladores en esta aldea, entre los que destacan:

- Nativos digitales: los nacidos en un entorno ya tecnificado.
- Inmigrantes digitales: han conocido la época previa y se introducen en la sociedad red a medida que las tecnologías han llegado a sus vidas. En este sentido, Fumero y Roca dicen que se han incorporado a Internet “[...] entre otros factores por las sucesivas olas de alfabetización impulsadas entre otros por las diferentes administraciones públicas para minimizar el riesgo de brecha digital. De hecho, son esos esfuerzos los que han ayudado a descubrir que la brecha se manifiesta múltiple y diversa”.¹⁵
- Fóbicos sociales: encerrados en sus cuatro paredes tienen como única ventana al mundo la red de redes, con la que tienen la posibilidad de explorar, construir, reconstruir y jugar con distintas identidades, de crear identidad, descon-

15 *Op. cit.*, pp. 10-11.

derse detrás de un rol; no hay un perfil: cualquier persona, independientemente de su edad, sexo, nivel económico o sociocultural puede padecer este trastorno.

Ramón Rautenstrauch,¹⁶ por su parte, dice que, en las redes sociales podemos clasificar a los usuarios en los siguientes perfiles, según su participación en los medios sociales:

- Creador (*creator*): publica una web, mantiene un blog, publica videos y música o artículos que ha creado.
- Conversador (*conversationalists*): actualiza sus estados en redes sociales y publica en Twitter.
- Crítico (*critics*): comenta en otros blogs/foros, publica análisis de productos/servicios y contribuye a escribir/editar artículos en wikis.
- Coleccionista (*collectors*): usa fuentes RSS, vota por páginas webs y etiqueta páginas/fotos.
- Participativo (*joiners*): tiene perfiles en redes sociales y los mantiene.
- Espectador (*spectators*): lee blogs, escucha podcasts, ve videos de otros, lee foros, análisis de productos/servicios y tweets.
- Inactivo (*inactives*): No hace nada de todo esto.

Por último, existen distintas variables a tener en cuenta: *sexo* (el acceso a la red presenta una oportunidad de expansión sin discriminación; en la Sociedad 2.0 el porcentaje de mujeres es más elevado que el de hombres, al menos en el mundo occidental); *clase social* (el acceso a Internet está condicionado por infraestructuras marcadas por factores económicos; Internet no es una necesidad vital y a veces es un lujo; resulta una utopía la idea de “Internet para todos” y es evidente la existencia de la brecha digital); *edad* (la red está tomada mayoritariamente por jóvenes y adolescentes

16 R. Rautenstrauch, *Tipos de usuarios en Redes Sociales*, s.p.

con un interés lúdico y comunicativo, principalmente); *ubicación espacial* (el acceso a la red es más sencillo en el mundo occidental y en las zonas urbanas; donde más población se condense y más ingresos pueda generar, allí habrá mayor conexión; en países con economías menos favorecidas, el acceso es de peor calidad y menos extendido); *profesión* (si el trabajo es un componente básico del sistema social, ineludiblemente no podrá escapar a los cambios que afectan a ésta; hay quien necesita la red para su trabajo-medio y quien tiene la red en sí como trabajo-fin), *uso de la tecnología* (según se dé su relación con ella, tenemos usuarios iniciales, usuarios medios y usuarios expertos, y, según interactúen con ella, usuarios pasivos, participativos y cooperativos).

BIBLIOGRAFÍA

- CULTURA 2.0* (2010), *Técnicas de investigación en entornos digitales*. Domingo Barbosa, Alfonso Vázquez, Jesús Seco, Juan Manuel Jiménez. Barcelona: UOC.
- Christakis, N. A., y Fowler James H. (2010), *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Barcelona: Taurus.
- Fumero, A. y Roca, G. (2007), Con la colaboración especial de Fernando Sáez Vacas. *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange España.
- Gallego Vázquez, J. A. (2011), *Todo lo que hay que saber de comunidades virtuales y redes sociales*, Madrid: Wolters Klumer España.
- Rautenstrauch, R. (2013), *Tipos de usuarios en Redes Sociales*. Disponible en: <<http://www.netconsultingmarketing.es/tipos-de-usuarios-en-redes-sociales/>>. [Fecha de consulta: noviembre 2013].

Usuarios 2.0 de la información...

- Reig, D. (2009), *Actitudes, comportamiento, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales*. Disponible en: <<http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>>. [Fecha de consulta: noviembre 2013].
- Tylor, E. B. (1873), *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art and Customs*, London: John Murray.
- Ugarte, D. de (2007), *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberactivismo*. Barcelona: El Cobre Ediciones, 2007. Colección Planta, 29.
- Vázquez Achero, A. (2008), *Ciberantropología. Cultura 2.0*. Barcelona: UOC.