



ACTAS

**IV CONGRESO INTERNACIONAL
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E
HIBRIDACIONES
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

4, 5 y 6 de mayo

**Universitat Jaume I, Castellón
2011**

Iván Bort Gual
Shaila García Catalán
Marta Martín Núñez
(editores)

ISBN: 978-84-87510-57-1

Ediciones de las Ciencias
Sociales de Madrid

IMDB y su utilidad para la investigación cinematográfica

Ejemplos de uso
de datos desde la
metodología de
Análisis de
Redes Sociales

RAFAEL MARFIL Y RAFAEL REPISO
ESCO (ESCUELA SUPERIOR DE COMUNICACIÓN). GRANADA.

1. Introducción

El desarrollo de la investigación y la aportación científica en el campo de la Comunicación Audiovisual debe mucho a lo cualitativo. Prueba de ello es el traspaso de conocimiento efectivo desde la narratología estructuralista y la hermenéutica filosófica, por mencionar algunos campos de actividad académica, hacia las metodologías del análisis fílmico, sin descartar las aportaciones de los estudios culturales para comprender la sociedad contemporánea. Sin embargo, y retomando algunas claves en la investigación en comunicación del pasado siglo (Wolf, Shannon y Weaver), el aspecto cuantitativo continúa ofreciendo herramientas de gran eficacia para comprender el sector cinematográfico. Precisamente esas nuevas posibilidades vienen de la mano, una vez más, de los procedimientos de la sociología. La clave, sin embargo, es la integración de herramientas y métodos, ya que el aprovechamiento de la base de datos IMDB y el tratamiento de esa información a través del Análisis de Redes Sociales no es una perspectiva exactamente cuantitativa, sino heurística. Se trata de un diagnóstico de presencias, relaciones y posicionamientos en un entorno concreto, lo que permite una visión de conjunto y desde diferentes perspectivas a la vez. El vínculo de actores y directores, por ejemplo. También el vínculo de perfiles profesionales del equipo técnico a posiciones dominantes en el mercado. O la recurrencia temática en los títulos de mayor influencia o mayor éxito. Parece que los cambios de paradigma en la creación, difusión y recepción audiovisual también están haciendo “hibridar” a las propias metodologías, existiendo ahora la posibilidad de investigar desde la filosofía en red, ya que es la disposición y conformación real del entorno audiovisual y multimedia que estudiamos.

Proponemos IMDB porque es uno de los mejores recursos posibles de datos relacionados con la cinematografía. Una base documental que ofrece cierto grado de fiabilidad y que permite cierta uniformidad de criterios, manteniéndose viva gracias a una dinámica de colaboración participativa a través de internet 2.0. Lo que Google responde en el ámbito del flujo comunicacional e informativo a través de la red, podemos consultarlo a IMDB en lo relacionado con la producción cinematográfica. Eso sí, producción desde la óptica tradicional, ya que nadie asegura que, una vez se consoliden otras pautas de creación y consumo audiovisual, sea la propia red la que mejor conozca mejor que nadie la respuesta a nuestras preguntas. La metodología de análisis que proponemos es, al menos, un recurso de gran utilidad para la transición hacia nuevas realidades. Así, nuestra aportación debe asimilarse con la precaución de advertir que la caducidad de los modelos analíticos es siempre posible, más cuando el cambio de paradigma, tal y como sostiene Gómez Tarín, está afectando a varios órdenes a la vez del campo audiovisual:

Lo cierto es que nos enfrentamos a un mundo fragmentado cuya esencia misma es la hibridación (digamos que ‘más que nunca’, no como cuestión que ahora aparece y no tuvo existencia anteriormente), y basta una simple mirada para detectar que ésta —la hibridación— tiene lugar en diversos ámbitos que afectan al conjunto del audiovisual y que organizamos atendiendo a sus niveles de abstracción: 1) el de las tecnologías; 2) el de los formatos y soportes, tanto de creación como de fruición; 3) el de los significantes, en tanto resultado de la utilización de los recursos

expresivos y narrativos; y, finalmente, 4) el de los discursos, entendidos como procesos finales dialécticos, e incluso interactivos, entre enunciadores y enunciatarios (Gómez Tarín, 2010: 5)

En una situación así, nunca está de más advertir cierta precaución ante cualquier tipo de oráculo dispuesto a responder a todas las preguntas en torno al campo audiovisual. Hecha esta salvedad, el desarrollo de este texto, aportado a un foro de investigación en el campo audiovisual, describe inicialmente los rasgos principales y el desarrollo de IMDB, pasando posteriormente a sintetizar la metodología de Análisis de Redes Sociales aplicada al cine, para finalizar con algunos ejemplos concretos. Como en la mayor parte de discursos y debates metodológicos, se trata de una descripción que vale más por las cuestiones que plantea que por las repuestas que ofrece. Más que una reflexión en torno a una herramienta, apuntamos algunas reflexiones sobre la profunda transformación del propio sistema investigador en comunicación.

2. IMDB

2.1 Utilidad fundamental

El estudio del potencial que la base de datos IMDB tiene para los investigadores en Comunicación Audiovisual se basa en tres aspectos fundamentales. En primer lugar, la riqueza tipológica de datos y la exhaustividad del sistema, que permite

la relación como criterio (mapas de redes) puede convertirse, durante los próximos años, en un valor metodológico con entidad propia para aplicar al campo de la producción cinematográfica

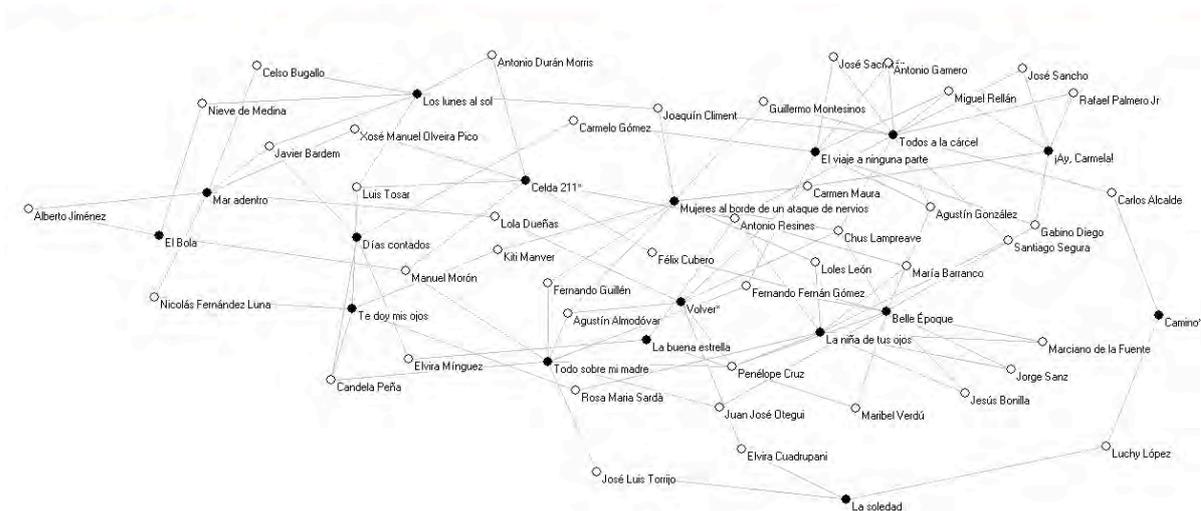
realizar a diferentes niveles estadísticas simples de producción, participación por países, géneros, etc. En segundo lugar, y muy vinculado a la línea de reflexión propuesta en esta comunicación, está el elemento relacional que ofrece la base de datos. Un factor en nuestra investigación que nos permite enlazar entre sí diferentes tipos de informaciones recopiladas, como la coparticipación de actores en películas similares, por aportar un ejemplo concreto. Un análisis de estas características nos ha llevado recientemente a destacar la posición de Antonio Resines, Joaquín Climent y Chus Lampreave [Figura 1] por sus posiciones centrales dentro de la estructura de redes en industria cinematográfica española, tras un análisis del reparto de principal y secundarios de todos los títulos que han sido galardonadas como “Mejor Película” en los premios Goya (Repiso y Marfil, 2010). Esta perspectiva

relacional se puede aplicar a cada uno de los campos de IMDB, desde los géneros, que constituyen un poderoso vínculo con el estudio cualitativo de línea creativa en filmografías, hasta los diferentes perfiles profesionales y técnicos que producen una

obra, haciendo posible vincular el elemento cronológico con determinados análisis sincrónicos o comparativos en un momento concreto. En tercer lugar, otro aspecto fundamental de IMDb es que la estructura de la base de datos está perfectamente organizada y normalizada, permitiendo una “minería” de datos relativamente sencilla, así como la aplicación de diferentes tipos de análisis por palabras clave. Hay que señalar que no es la única web que pone a disposición fichas filmográficas o información detallada. Otros espacios como FilmAffinity están desarrollando un posicionamiento y contenido de gran interés. Tal y como sucede habitualmente en la red, no descartamos que se produzca una fragmentación de fuentes y contenidos en el futuro, aunque IMDb continúa ostentando actualmente la solvencia como fuente documental. Una de las garantías importantes que ofrece, además de la aportación y revisión colectiva de datos, es el vínculo empresarial con Amazon, que vigila la calidad de los datos como garantía de las posibilidades de negocio, como veremos en la descripción del origen en el punto 2.2.

En resumen, encontramos en la riqueza y exhaustividad de los datos, la posibilidad de relacionarlos y el rigor organizativo de esta base documental tres argumentos favorables para la utilización de esta fuente en el campo de la investigación cinematográfica y audiovisual. Desde estas posibilidades planteamos la oportunidad y el interés de interpretar esos datos desde la metodología de Análisis de Redes Sociales.

Figura 1. Elaboración propia. Red de actores (nodos blancos) y películas (nodos negros) premiadas con un “Goya a la mejor película”, excluyendo la edición de 2011. Además de los buenos índices de posicionamiento de Resines, Climent y Lampreave, destaca la “centralidad” de Carmen Maura o Penélope Cruz, que mantienen una situación y un vínculo preferencial con las obras más importantes del cine español (Repiso y Marfil, 2010)



2.2 Origen y evolución

Fue en el año 2004 cuando se empezó a utilizar el término web 2.0., en el que se pretendía identificar y describir de forma clara un cambio tecnológico. Una de las principales características de ese nuevo escenario era la posibilidad que tenía

cualquier persona para crear contenido electrónico, sin necesidad de tener conocimiento informático especializado. Conocimiento colaborativo, esta premisa es de la que parte IMDB, adelantándose a la web 2.0. Los datos son alimentados y revisados por los propios usuarios. Visto desde una perspectiva historiográfica, es el sueño de la tradicional cinefilia obsesionada por el dato. De hecho, esa inquietud por saber qué película, quién y cuándo es la esencia de esta web.

La actual IMDB tiene sus orígenes en un boletín electrónico llamado "rec.arts.movies". Su director, Col Needham, distribuía a través de USENET. En 1990 se creó una lista de actores, actrices, directores, etc; para responder a las preguntas más frecuentes de los usuarios. Pura cinefilia compartida en red. La herramienta se implementó con el tiempo gracias a la ayuda de personas voluntarias, el uso de nuevo software y una interfaz web. En 1995 se le da a la base de datos su nombre actual (Internet Movie Database), fiel reflejo de su tamaño y alcance.

Un año después, y debido al crecimiento exponencial de la base de datos, se funda la Internet Movie Database LTD, aunque el proyecto no es económicamente viable debido a su incremento. Jeff Bezos, el fundador de Amazon, adquiere IMDB en 1998 sin modificar la misión original de IMDB, que no era otra sino la de proporcionar información útil y actualizada de películas a través de Internet. El aumento de financiación permitió mejoras en características tales como la interfaz web, el motor de búsqueda, la base de datos y el número de variables que recogen las películas. La vinculación de IMDB con Amazon ha dotado a este proyecto de solvencia económica, generando un modelo de negocio y venta on line como si, al visitar el catálogo de una biblioteca, nos diese la posibilidad de comprar los libros a domicilio.

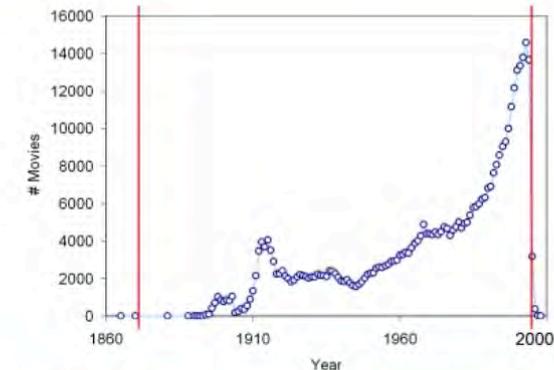
2.3 Tipos de datos en IMDB

Por sintetizar, IMDB basa su crecimiento y normalización en dos factores importantes. Por un lado, la aportación y revisión de datos por parte de la comunidad de usuarios involucrada en el proyecto, mucho antes de lo que llamamos Web 2.0., y por otro la conexión con la empresa Amazon. Esto crea unos campos con un alto porcentaje de veracidad y normalización, ya que a la tienda más potente en Internet le interesa la calidad de los datos y el prestigio de la fuente. No obstante, a pesar de la aportación colectiva y el interés empresarial, existen errores en IMDB, recogidos en la literatura académica (Herr, et. al., 2007: 465-469). Estos errores suelen darse en obras poco conocidas y, por tanto, poco consultadas por los internautas y por los miembros de esta base de datos. A la vez no suelen tener salida comercial, lo que hace que Amazon no tenga registro de ellas, evitando así desde nuestro punto de vista el filtro más riguroso del criterio empresarial.

Sin embargo, los registros de IMDB son, por lo general, completos y los autores están normalizados. Esta base documental contiene también opciones avanzadas, como es la sugerencia de películas. Se trata de vínculos intertextuales desde la propia apreciación de un perfil de usuario que siente gran interés por el ámbito cinematográfico, con la implicación que suele conllevar esta pasión en la calidad de la información aportada. Se establece, de esta forma, un interesante mapa que vincula y relaciona producciones cinematográficas, bien por considerarse adscritas

a una línea expresiva común, bien por contener de forma efectiva una temática, un reparto o una plantilla técnica compartida.

Figura 2. Producción de películas registradas en IMDB



El incremento de la base documental de IMDB es directamente proporcional al crecimiento exponencial de la producción cinematográfica mundial (Herr *et al.*, 2007).

3. El análisis de Redes Sociales aplicado al cine

Proponemos la metodología basada en el Análisis de Redes Sociales (ARS) para el aprovechamiento de esos datos que ofrece IMDB en la investigación cinematográfica y audiovisual. Lo que permite esta metodología es conocer el entramado de relaciones existente en un determinado sector productivo, favoreciendo interesantes posibilidades en su aplicación, bien como línea principal de nuestra investigación, bien como complemento que nos ayuda a plantearnos nuevas cuestiones vinculadas a la industria del cine.

Como hemos comprobado en el ejemplo aportado en la figura 1, y como veremos en los ejemplos y casos concretos del apartado 4, la utilización de los datos de IMDB para aplicar esta metodología permite estudiar a los miembros que componen determinadas áreas de influencia profesional (directores, guionistas, personal técnico, actores y actrices, etc), visualizando relación y posicionamientos en un entorno de películas, directores o grupos de influencia. La combinación de la metodología de Análisis de Redes Sociales y la base de datos IMDB ofrece, en resumen, nuevas posibilidades para conocer con más profundidad la realidad cinematográfica. Sociedad de la Información y Sociedad en Red son dos términos que justifican la conveniente combinación de ambas herramientas. Tal y como asegura la profesora de la Universidad Autónoma Montserrat Bonet,

Se le llame sociedad de la información, sociedad del conocimiento sociedad en red (Castells, 1997), o tercer entorno (Echevarría, 1999), debemos tener presente que nos hallamos ante una sociedad tecnocrática, informatizada, mass-mediatizada, en la que la velocidad de los cambios y el ritmo de aceleración permiten una sobreabundancia de datos que necesita gestionarse con acierto (2006, 4).

Es en ese reto de la gestión documental en el que proponemos la validez de la metodología de Análisis de Redes Sociales. En algunas ocasiones será un complemento a otras líneas investigadoras. En otras, sin embargo, una manera de obtener respuestas y formular nuevos interrogantes en el campo de la investigación en el cine y la comunicación social.

3.1 Base conceptual de ARS

El Análisis de Redes Sociales (ARS) es una metodología científica que proviene de la psicología, estadística, sociología y la teoría de grafos. A diferencia de otros sistemas de análisis que pretenden ponderar las diferentes características de los objetos de estudio, el ARS se encarga de estudiar el elemento relacional, es decir, muestra cómo se relacionan los elementos dentro de un sistema. Según Nicholas Christakis y James H. Fowler (2010), la ciencia de las redes sociales ofrece una nueva forma de entender la sociedad humana, porque se ocupa de los individuos y de los grupos, averiguando cómo los primeros se convierten en los segundos. Se trata de analizar y comprender modelos de conexión en red. En definitiva, nuevos procesos de análisis para un nuevo modelo de sociedad.

3.2 Posibilidades del ARS

El ARS se ha estado aplicando durante más de 50 años para estudiar temáticas tan diferenciadas como redes sociales (sexualidad humana, correos electrónicos, actores de cine, etc.), redes tecnológicas (internet, etc.) y redes biológicas (la transmisión y propagación de enfermedades, interacciones proteicas, redes metabólicas, relaciones entre primates, redes ecológicas, etc.), entre otras. Se trata de una metodología que fue utilizada de forma notable a mitad del pasado siglo por la Antropología y Sociología, entre otros campos de las Ciencias Humanas y Sociales.

El ARS también se ha aplicado en el cine, con el famoso “Oráculo de Kevin Bacon” (<http://oracleofbacon.org/>), que usa la base de datos IMDB para detectar las personas que interceden entre dos actores. En el fondo, esa visión de posicionamientos y relaciones tiene un aire de “consejos para prosperar en el mercado laboral”. Este trabajo ejemplifica perfectamente los 6 grados de separación [Figura 3], basándose en la teoría desarrollada por Watts y Strogatz (1998), y que explica cómo es posible acceder a cualquier persona del mundo a través de no más de 5 intermediarios. Uzzi y Spiro (2005) analizan a través del Análisis de Redes la composición de los equipos de los musicales de Broadway entre los años 1945 y 1989 para detectar qué combinaciones de personal dan luz a obras de éxito.

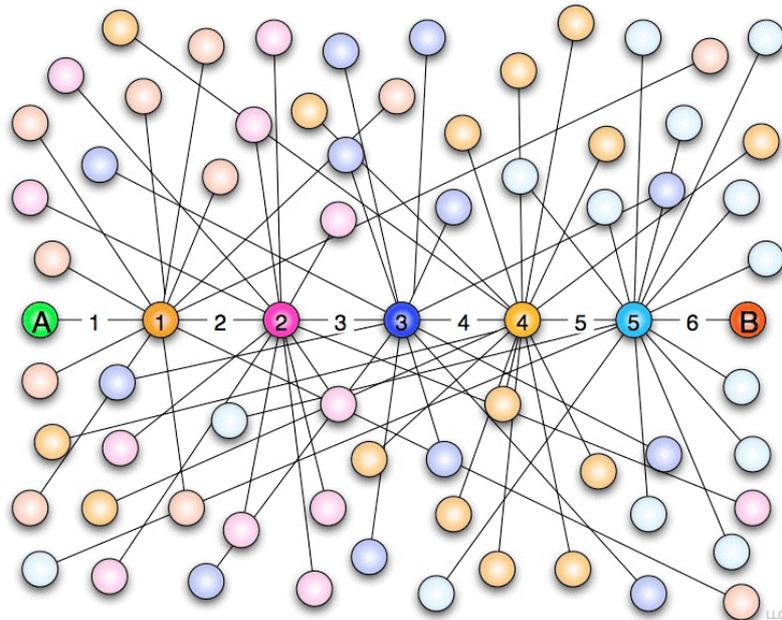


Figura 3. Seis grados de separación en el mapa de redes de cualquier ámbito social. El reto, en muchos casos, es llegar desde A hasta B. “Six Degrees of Separation” (2010). GFDL License. Fuente:

Dentro del marco de la “International Sunbelt Social Network Conference” se creó en 2002, en Zurich (Suiza), un seminario relativo a la visualización de redes sociales, el “Viszards”. El objeto de estudio propuesto para la edición del año 2006 fue la aplicación del Análisis de Redes Sociales a la base de datos IMDB y sus posibilidades, del que salieron varios estudios como el de (HERR *et al.*, 2007). Desde un principio, IMDB fue vista por los especialistas en análisis de redes como una base de datos con grandes posibilidades de explotación. Ejemplo de ello es que Vladimir Batagelj y Andrej Mrvar, creadores de Pajek¹, incluyen en su página (<http://vlado.fmf.uni-lj.si/pub/networks/data/>) partidas de datos de esta IMDB, llegando incluso a usar estos datos para mostrar las posibilidades de su software en diversos congresos (Batagelj *et al.*, 2005).

3.3. Cómo desarrollar esta metodología

El procedimiento no es demasiado complejo, y se apoya en la combinación del acceso a datos en determinadas fuentes documentales especializadas (IMDB es el caso analizado), por una parte, y en la utilización de software diseñado específicamente para mostrar cuadros y figuras de visualización. Todo el proceso está encaminado a conseguir una “visión de conjunto”, ofreciendo luz sobre el aspecto específico estudiado o, de forma más exacta, al conjunto de relaciones que se desarrollan en ese ámbito.

Una vez conseguidos los datos de IMDBPro, versión privilegiada de acceso previo pago de una cuota que ofrece los datos de las citas filmográficas como valor añadido, se exportan a Microsoft® Excel 2007 y posteriormente son elaborados y tratados para su presentación en el software específico Pajek.1.0.7. ®. Para

¹ Pajek es junto a Ucinet uno de los programas de Análisis de Redes Sociales más usado.

analizar los datos pueden crearse diferentes redes. En cuanto a los indicadores de redes sociales se pueden emplear los siguientes:

- Densidad: Entendida como la proporción de relaciones existentes sobre el total posible. Este indicador informa sobre la cohesión de la red, y ofrece una gráfica muy interesante en el caso del cine español.
- Medidas de centralidad: Los indicadores de centralidad son un grupo de medidas destinadas a identificar el rol de los actores que conforman la red y establecer su prestigio e influencias. Las medidas básicas de centralidad son:
 - Grado normalizado (*normalized degree*): Expresa el porcentaje de relaciones que tiene un actor. Cuanto mayor es el grado mayor será el número de personas con las que está conectada.
 - Cercanía (*closeness*): Representa el nivel de independencia de un actor, esto es, la capacidad de llegar a muchos de los otros miembros de la red directamente sin apoyarse en intermediarios
 - Intermediación (*betweenness*): La intermediación indica el poder que adquiere un nodo al estar situado entre los caminos geodésicos entre pares de actores de la red (Hanneman, 2005).

Es importante destacar que la propia investigación es un reto, no sólo en la fase de tratamiento de datos, sino en la interpretación de esos resultados, ya que el estadio final de esta metodología es, paradójicamente, el análisis y la interpretación de una imagen. Antes de comentar ejemplos concretos, hay que reconocer la dificultad del sistema en su aplicación al cine clásico y cine mudo, por estar ausente en determinadas bases de datos como IMDB. Mejorar y actualizar esas bases de datos, conocerlas y saber cómo se accede a ellas es, posiblemente uno de los retos futuros en la aplicación de esta metodología.

4. Algunos ejemplos

Estos son algunos ejemplos de líneas investigadoras que han sido posibles, desde el punto de vista internacional, gracias a la aplicación del Análisis de Redes Sociales. Sin ánimo de realizar un recorrido exhaustivo, que sería motivo de una reseña especializada, comentamos algunos de los que están vinculados al cine y al uso de la base de datos IMDB.

Algunas investigaciones (Canini, Benini, Migliorati, & Leonardi, 2009) proponen el avance hacia el diseño de búsquedas futuristas, basadas en contenido. En este artículo, un grupo de investigadores de la Universidad de Brescia (Italia), genera un software de “evaluación de la emotividad de las películas” definiendo la característica emocional de una película como en una obra de arte, donde los factores identificativos se basan en una trayectoria visual caracterizada por las técnicas fílmicas usadas, uso del color, el movimiento y el audio. El programa analizaba técnicamente estos componentes y ponderaba el grado de emotividad de la película. Para comprobar la validez del sistema, éste fue comprobado mediante la recuperación de 87 películas, clasificadas por los dos primeros géneros que IMDB proponía. Al construir la matriz de similitudes, las películas del mismo género se suelen agrupar a través del factor emocional [Figura 4]. Se trata de una propuesta que ofrece nuevas posibilidades para realizar investigaciones transversales en el Análisis Fílmico. También la historiografía, tan dada en la

literatura divulgativa a hacer recorridos intertextuales, puede encontrar una herramienta de gran utilidad en este tipo de aplicaciones.

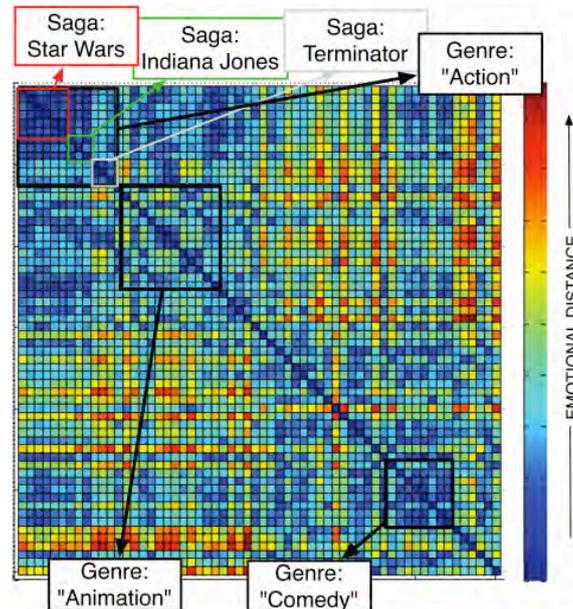


Figura 4. Aplicaciones para desarrollar un vínculo entre géneros basado en la emotividad. Fuente: Canini, Luca; Benini, Sergio; Migliorati, Pierangelo & Leonardi, Riccardo. 2009

Este tipo de sistema, basado en el análisis de contenidos audiovisuales, se puede convertir en realidad en pocos años, eliminando las clasificaciones previas y el uso de lenguajes de ordenación coordinados previamente en las bases de datos de películas. Para el trabajo posterior, que no sería otro que el análisis de esos nuevos discursos intertextuales, disponemos de un corpus metodológico con grandes posibilidades de aplicación en el Análisis Fílmico.

No solo el ámbito académico se interesa por estos modelos de análisis. El mundo empresarial está muy interesado en el uso y aplicaciones de las bases de datos cinematográficas. Dos investigadores de Yahoo, Seung-Taek Park y David M. Pennock propusieron en 2007 un sistema de búsqueda para IMDB y Yahoo Movies que mejoraba la precisión de los resultados y el orden en el que el sistema de los devolvía. Su planteamiento era muy lógico: ¿Por qué usar un buscador genérico en una base de datos especializada? En vez de buscar por los campos comunes planearon un nuevo modelo de búsqueda. Crearon una base de datos con MySQL y le incorporaron los datos de IMDB, generando un solo campo de búsqueda similar a Google en su versión estándar. En ese campo de búsqueda se podrían recuperar términos de diferentes apartados, dándole distintos pesos a cada uno. Por ejemplo, si el término está incluido en el título, tendría mayor peso que si apareciera en la síntesis de la película. Otro dato importante a la hora de recuperar los documentos era el número de votos que las películas habían recibido de los usuarios. De nuevo surge la construcción ciudadana y colaborativa en el acceso de información especializada de la Cultura Digital.

Los resultados de la búsqueda que diseñaron se relacionan entre sí a través de la coparticipación de películas, actores y directores, generando una red de resultados de películas donde las se relacionaban estos conceptos con una distancia de 6 grados. A este motor de búsqueda le llamaron MAD6 (Movies, Actors and Directors: 6 Degrees of separation). El ranking de las películas es devuelto a través de valores de centralidad y popularidad. Se trata de un sistema híbrido de búsquedas que, según sus autores (Park y Pennock, 2007) se puede aplicar a otras bases de datos de similar especialidad, como pueden ser los dominios temáticos de música, tiendas y viajes.

Un último ejemplo que aportamos, extraído de un universo es cada vez más amplio en la literatura especializada, resulta interesante para el campo del Análisis Audiovisual. Se trata de la cita fílmica. Carlos Leal desarrolla el concepto “cita fílmica” como la acción de referenciar de forma explícita que se hace dentro de una película a otra. Un guiño artístico o un homenaje que suele hacer el autor y que reconoce la calidad fílmica en un proceso de reconocimiento de influencia mutua. A través de este concepto Leal Zubiete realiza con Pajek una red social entre películas americanas del periodo 1929-1959, donde el nexo de unión descubre cómo se relacionan las películas. Los datos son extraídos de IMDB. En la figura 5 solamente se representan aquellas películas que han sido citadas más de 7 veces o que citan a más de 3 películas, es decir, las obras más influyentes de una época. El trabajo de análisis e historiografía de épocas y géneros se enriquece notablemente con metodologías de este tipo. Basándonos en esta idea, aportamos recientemente un estudio de caso centrado en los vínculos entre las obras ganadora de los Premios Goya a la mejor película y a la filmografía de Julio Medem, como ejemplo de las posibilidades de aplicación de este sistema de trabajo (Marfil y Repiso, 2010).

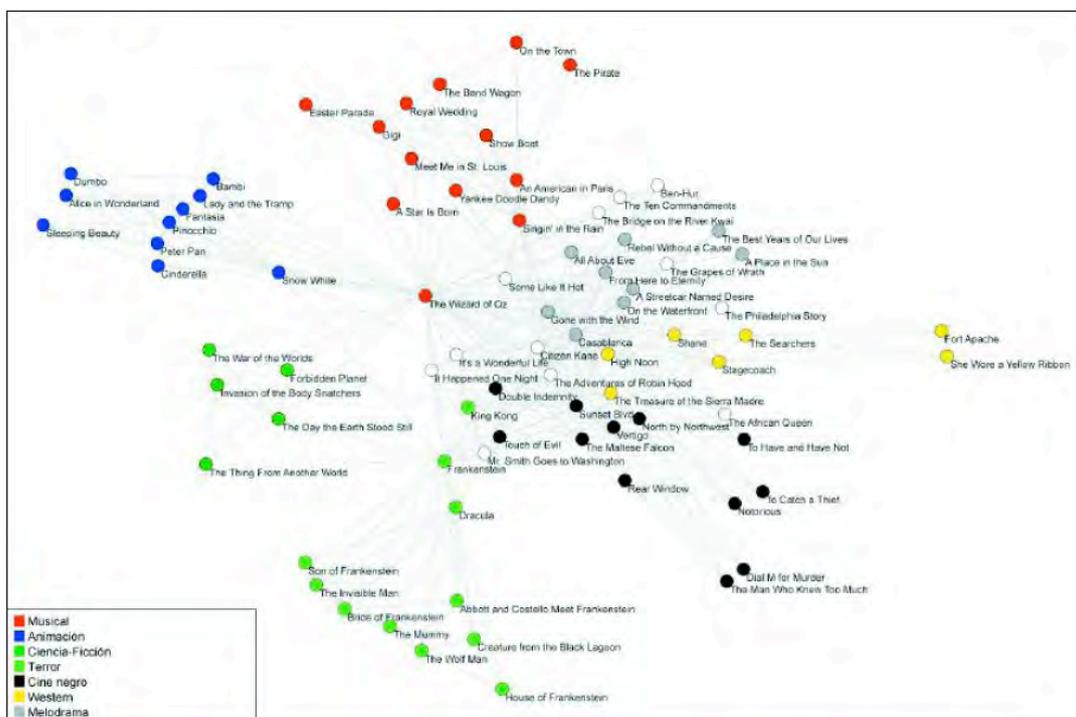


Figura 5. Red de Películas americanas relacionadas. 1929-1959. Fuente: Carlos Leal Zubiete. Año 2006

5. Conclusiones

El propio desarrollo de este texto se basa más en apuntar líneas de acción metodológica, ya que se trata de una tendencia actual sobre la que aún es precipitado extraer conclusiones, al estar muy vinculadas a la capacidad desarrollada por la comunidad científica para el análisis de los datos, la efectividad y aplicación real de la estructura en red, sin olvidar futuras sorpresas

La fiabilidad de IMDB como fuente documental se basa en el doble factor de la construcción compartida a través de Internet 2.0, por un lado, y la vigilancia motivadas por exigencias económicas y de calidad de Amazon, por otro

vinculadas al avance y desarrollo tecnológico. Sin embargo, como cierre de este texto, queremos aportar algunas ideas sobre la metodología descrita y las posibilidades de IMDB:

- La Cultura Digital ofrece posibilidades de construcción ciudadana y colaborativa también en la gestión y análisis de datos vinculados a la industria cinematográfica.
- Existe un claro vínculo de utilidad entre el acceso a la información especializada y la mejora de algunos procesos y niveles de productividad en el sector. Algo que también es extensivo a las posibilidades metodológicas del Análisis Fílmico.
- Lo cuantitativo se expresa, hoy día, en un mapa de posicionamientos y relaciones, reflejando la esencia de una sociedad, la contemporánea, que se desarrolla en red.
- La fiabilidad de IMDB como fuente documental se basa en el doble factor de la construcción compartida a través de Internet 2.0, por un lado, y la vigilancia motivadas por exigencias económicas y de calidad de Amazon, por otro.
- La aplicación de la metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS) a los datos de IMDB permiten obtener un extraordinario valor añadido a las líneas de investigación cualitativa en Comunicación Audiovisual, generando nuevos interrogantes y posibilidades de investigación.
- La relación como criterio (mapas de redes) puede convertirse, durante los próximos años, en un valor metodológico con entidad propia para aplicar al campo de la producción cinematográfica, ya que ofrece interesantes posibilidades para el análisis de presencias intertextuales, géneros, filmografías, perfiles profesionales y otros aspectos que conectan de forma clara la teoría y la productividad práctica en el ámbito de la Comunicación Audiovisual.

BIBLIOGRAFÍA

BATAGELJ, V., MRVAR, A., AHMED, A., FU, X., HONG, S. H., & MERRICK, D. (2005): "Some approaches to the analysis and visualization of the Internet Movie Database". National ICT Australia. September 8, 2005, Sidney (Australia).

- BONET, Montserrat (2006): "Centralidad de la comunicación audiovisual en el entorno digital: propuestas desde la experiencia formativa". *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)* [artículo en línea]. Vol. 3, n.º 2.UOC. [<http://www.uoc.edu/rusc/3/2/dt/esp/bonet.pdf>, consultado el 10/02/2011].
- CANINI, L; BENINI,S; MIGLIORATI,P; y LEONARDI, R. (2009): "Emotional identity of movies". *International Conference of Image processing ICIP'09*. 7-10 de noviembre 2009. Cairo (Egipto). pp.1821-1824.
- CHRISTAKIS, N.A, y FOWLER, J.A. (2010): *Conectados: El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Madrid: Taurus.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2010): "La quiebra de los paradigmas audiovisuales: hibridación vs canon", en *Actas II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna, diciembre de 2010. [http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/004_Tarin.pdf, consultado el 12/02/2011]
- HANNEMAN, R.A; RIDDLE, Mark. 2005. *Introduction to social network methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside [<http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>, consultado el 10/12/2010]
- HERR, B. W., KE, W., HARDY, E., & BORNER, K. (2007): "Movies and Actors: Mapping the Internet Movie Database". 11th International Conference Information Visualization (IV '07), 2007 (March), 465-469. Ieee. doi: 10.1109/IV.2007.78.
- LEAL ZUBIETE, Carlos (2006): "Aplicación de técnicas de visualización basadas en co-citaciones a los estudios cinematográficos", en *El profesional de la información* pp. 251-257. [artículo en línea]
- MARFIL, R. y REPISO, R. (2010): "Análisis de Redes Sociales aplicado a la filmografía de un director: Julio Medem". Presentado en el I Congreso Nacional de Cine Español. Museo del Patrimonio Municipal y Universidad de Málaga 2-5 de noviembre. Málaga (España).
- PARK, S. T., & PENNOCK, D. M. (2007). "Applying collaborative filtering techniques to movie search for better ranking and browsing", en *Proceedings of the 13th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining*. New York. pp. 550–559.
- SHANNON, C.E. Y WEAVER, W. (1949): *The Mathematical Theory of Communication*. Chicago: University of Illinois Press.
- REPISO, R. y MARFIL, R. (2010): "El análisis de redes aplicado al cine español: Un instrumento para analizar y visualizar la estructura social de la industria. Premios Goya a la mejor película". Presentado en el I Congreso Nacional de Cine Español. Museo del Patrimonio Municipal y Universidad de Málaga 2-5 de noviembre. Málaga (España).
- UZZI, B. y SPIRO, J. (2005). "Collaboration and Creativity: The Small World Problem". *American Journal of Sociology*. Vol. 111. Nº 2, pp. 447-504
- WATTS, D.J. y STROGATZ, S.H. (1998): "Small world". *Nature*, 393, pp. 440–442.
- WOLF, Mauro (1987): *La investigación en la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

REFERENCIAS EN INTERNET

IMDb: Internet Movie Database.
The Oracle of Bacon