

**-CURSO DE EDUCACIÓN PERMANENTE 2020-**

## **Redes sociodigitales e investigación con métodos cualitativos. Bases para la etnografía digital**

**Docente: Paulina Gutiérrez (COLMEX, México)**

- Desde el 24 de agosto hasta el 24 de setiembre de 2020.
- Lunes y jueves de 18 a 20 hs., modalidad virtual.
- A través de la plataforma Zoom.
- Carga horaria: 20 horas.
- Matrícula: \$3.118.
- Dirigido a egresadas/os universitarios, estudiantes de posgrado y estudiantes de grado avanzadas/os.
- [Formulario de inscripción](#).

### **Objetivos:**

Que el estudiantado conozca algunas bases de la investigación social, así como de métodos y técnicas cualitativas para su adecuada selección y aplicación en contextos digitales. Lo anterior con el propósito de contribuir a la comprensión de procesos socioculturales concretos.

### **Contenidos:**

Se dará un panorama general de algunos métodos y técnicas cualitativas y se pondrá especial atención en la etnografía digital y sus posibilidades en el contexto actual.

**Sesión 1.** Presentación y planteamiento general del curso.

¿Qué necesitamos saber para hacer trabajo de campo en contextos digitales?

**Sesión 2.** Pertinencia de la investigación social y fundamentos metodológicos.

¿Podemos prescindir de las bases teóricas y metodológicas de la investigación social?  
¿Existen la investigación y los métodos digitales?

**Sesión 3.** El campo digital.

¿Qué es? Ciberespacio, virtualidad y redes digitales.  
¿Qué aporta al conocimiento de lo social? Interacciones y tecnologías.

**Sesión 4.** ¿Cómo hacer investigación social en tiempos de COVID-19?

Accesibilidad y seguridad.  
Fuentes de información y construcción de datos.  
Preguntas de investigación y objetivos.

## **Sesión 5.** Métodos y técnicas cualitativos y los puentes digitales 1

Método documental. Técnicas de investigación bibliográfica, hemerográfica, fotográfica.

Método biográfico. Fuentes orales y documentos personales. Entrevistas biográficas e historias de vida.

## **Sesión 6.** Métodos y técnicas cualitativos y los puentes digitales 2

Método etnográfico. Rapport, observación participante, reflexividad y escritura.

**Sesión 7.** Etnografías digitales 1. Algunos ejemplos de investigaciones etnográficas en contextos digitales.

Adriana Figueroa: Feminismo, masculinidad progre y humor en Facebook.

**Sesión 8.** Etnografías digitales 2. Algunos ejemplos de investigaciones etnográficas en contextos digitales.

Ana Paulina Gutiérrez: Imágenes e identidad. 1) La persona trans en Facebook y 2) Lactancia materna y grupos de Facebook.

## **Sesión 9.** Ética en la investigación

Uso de datos

Presencia del (la) investigador (a)

Devolución y presentación de resultados

## **Sesión 10.** Cierre del curso.

Repaso de los puntos más relevantes

Dudas y recomendaciones

### **Método didáctico:**

El curso estará estructurado en diez sesiones que tendrán una duración de dos horas aula.

Se llevarán a cabo en alguna plataforma digital (zoom, webex, bluejeans). Los materiales para las clases serán textos académicos, cápsulas en video, presentaciones en power point o Genial.Ly y otros que puedan abonar a la comprensión del tema.

Se espera que las sesiones sean participativas.

Se hará uso de algunos ejercicios etnográficos (que el estudiantado hará en casa y presentará brevemente en clase) que permitan el aprendizaje de algunos tópicos por medio de la práctica.

### **Sistema de evaluación:**

La evaluación se llevará a cabo con un trabajo final de 15 páginas de análisis de algún tema discutido durante el curso que las y los estudiantes elijan y que contenga la reflexión central del curso: la pertinencia del trabajo etnográfico digital. Esto equivaldrá al 80% de la calificación.

La participación activa en las sesiones será el componente necesario para obtener el 20% restante.

### **Bibliografía:**

#### Necesaria:

1. Ragin, Charles (2007) La construcción de la investigación social, introducción a los métodos y su diversidad, Siglo del Hombre Editores, Universidad de los andes y Sages Publications: Madrid, Cap.1. ¿Qué es la investigación social? pp. 31-70.
2. Tarrés, María Luisa (2008) "Lo cualitativo como tradición" en María Luisa Tarrés (coord.) *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, Miguel Ángel Porrúa, El Colegio de México, FLACSO: México, pp.35-61.
3. Taylor y Bogdan, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Barcelona 1987, Capítulo 5. Descubriendo métodos, pp. 133-151.
4. Martyn Hammersley y Paul Atkinson, *Etnografía. Métodos de investigación*. Paidós, Barcelona, 1994. Capítulo 1 (¿Qué es etnografía?) Versión electrónica pp. 1-22
5. Rosana Guber, *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós, Buenos Aires 2004 (1991) Capítulos 4, "El trabajo de campo como instancia reflexiva del conocimiento", 7, "Presentación y roles: cara y ceca del investigador", 8, "La observación participante: nueva identidad para una vieja técnica".
6. Rosario Correa L., La aproximación biográfica como una opción epistemológica, ética y metodológica. *Proposiciones* 29, marzo 1999. Pp.1-9.
7. Pierre Bourdieu, La ilusión biográfica. *Acta sociológica* núm. 56, Centro de estudios sociológicos FCPyS, UNAM, septiembre-diciembre 2011, pp. 121-128.
8. Alexia Sanz Hernández, El método biográfico en investigación social: potencialidades y limitaciones de las fuentes orales y los documentos personales. *Asclepio* Vol. LVII-1-2005 pp. 99-115.
9. Cora García, Ángela et al (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer- Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), 52-84.
10. Estalella, A., Ardèvol, E. (2007). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 8 (3).
11. Estalella, A., Ardèvol, E., Dominguez, D. (2008). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. España: ANKULEGI

12. Gutiérrez Martínez, Ana Paulina, "Etnografía móvil: una posibilidad metodológica para el análisis de las identidades de género en Facebook", *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género*, Volumen 2, Número 4, julio de 2016, pp. 26-45.
13. Hine, Christine. (2017). *Ethnography and the Internet: Taking Account of Emerging Technological Landscapes*. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 10(3), 315-329.
14. Meneses Rocha, María Elena. (2018). *Grandes datos, grandes desafíos para las ciencias sociales*. *Revista Mexicana de Sociología*, 80(2), 415-444
15. Pink, Sarah (2016). *Digital ethnography*, en Sebastian Kubitschko y Anne Kaun (eds.) *Innovative methods in media and communication research*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 161-165.
16. Roberts, S. et al (2013). 'Digital Methods as Mainstream Methodology': Building capacity in the research community to address the challenges and opportunities presented by digitally inspired methods. NCRM working paper.
17. Toret, Javier (Coord.). (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas (17-54)*. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. España: Universitat Oberta de Catalunya (UOC) e Internet Interdisciplinary Institute (IN3).
18. Vizcaíno-Verdú, A., Contreras, P., Guzmán, M. (2019). *Lectura y aprendizaje informal en YouTube: el booktuber*, *Comunicar*, 59 (XXVII).
19. Vizcaíno-Verdú, Arantxa y Paloma Contreras (2019). *I am a youtuber musician! Construction of artistic identity through covers and fiction. The case of violinists Taylor Davis and Lindsey Stirling*. *Revista Mediterránea de comunicación*, 11 (1), pp. 25-36.

#### Complementaria:

1. Aran-Ramspott, S., Fedele, M. y Tarragó, A. (2018). *Funciones sociales de los Youtubers y su influencia en la preadolescencia*, *Comunicar*, 57 (XXVI).
2. Ardévol, Elisenda. (2017). *Big data y descripción densa*. *VIRTUalis*, 7(14), 14-38.
3. Belz, F.-M., & Baumbach, W. (2010). *Netnography as a Method of Lead User Identification*. *Creativity and Innovation Management*, 19(3), 304–313. doi:10.1111/j.1467-8691.2010.00571.x
4. Blanco Ruíz, M., y Sainz de Baranda, C. (2018). *Channels produced by LGBT+ YouTubers: gender discourse analysis*, *Observatorio*, 12 (1).
5. Canhoto, Ana Isabel, y Padmanabhan, Yuvraj. (2015). 'We (don't) know how you feel'—a comparative study of automated vs. manual analysis of social media conversations. *Journal of Marketing Management*, 31(9-10), 1141-1157.
6. Castells, M. (1999). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. *Revista La Factoria*, no. 7. Disponible en línea: <https://revistalafactoria.org/articulos/2018/6/4/globalizacin-tecnologa-trabajo-empleo-y-empresa>

7. Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder* (33-85). Madrid: Alianza Editorial.
8. Establés, M., Guerrero-Pico, M., Contreras-Espinosa, R. (2019): "Gamers, writers and social media influencers: professionalisation processes among teenagers". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74.
9. Ferguson, Rachael-Heath. (2017). Offline 'stranger' and online lurker: methods for an ethnography of illicit transactions on the darknet. *Qualitative Research*, 17(6), 683-698.
10. Ghodsee, Kristen, (2006). *From Notes to Narrative: Writing Ethnographies That Everyone Can Read (Chicago Guides to Writing, Editing, and Publishing)*, The University of Chicago Press,
11. Gómez Cruz, Edgar (2012). *De la cultura Kodak a la imagen en red* (229-249). Barcelona: Editorial UOC.
12. Gómez Cruz, Edgar (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital, *Virtualis*, 8 (16), pp. 77-98.
13. Gómez Cruz, Edgar y Ardèvol, Elisenda. (2013). Ethnography and the field in media(ted) studies: a practice theory approach. *Westminster Papers*, 9 (3), 27-46.
14. Gómez, E., & Galindo, A. (2005). Los estudios de Comunicación Mediada por Computadora: una revisión y algunos apuntes. *Razón y Palabra*, 10(44).
15. Rosana Guber, *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Paidós, Buenos Aires 2004 (1991).
16. Guerrero, E., González, C. y Camussetti, D. (2018). La televisión de los mileniales : una aproximación a sus hábitos de visionado. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i cultura*, 59, pp. 121-138.
17. Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
18. Hine, Christine (2015). Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday (55-87). Londres: Bloomsbury Publishing.
19. Hogan, B. (2010) The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. In: *Bulletin of Science Technology & Society*. Sage.
20. Iniesta, I., Marta Lazo, C., Zaro., M. (2018). La inversión en publicidad, retos para la televisión del siglo XXI, *Revista de ciencias de la administración y economía*, 8(16).
21. Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72. doi:10.1509/jmkr.39.1.61.18935
22. Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72. doi:10.1509/jmkr.39.1.61.18935
23. Llauradó, Oriol. (2006). El trabajo de campo Online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años. *Investigación y marketing*, 91, 25-33.
24. Lupton, Deborah. (2014). Self-tracking cultures. Proceedings of the 26th Australian Computer-Human Interaction Conference on Designing Futures the Future of Design - OzCHI '14. doi:10.1145/2686612.2686623

25. Miller, D. and D. Slater (2000) *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
26. Pérez-Torres, Vanesa et al. "Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente." *Comunicar* 26 (2018): 61-70.
27. Pink, Sarah. (2014). *Doing Visual Ethnography* (3ra edición). London: Sage.
28. Piñuel, José Luis (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de sociolingüística*, 3(1), pp. 1-42.
29. Sádaba, Igor. (2013). Introducción histórica a la Sociología de la Tecnología. Ciclo de conferencias Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digital de MediaLab-Prado y Universidad Rey Juan Carlos, 01 enero. (en línea). <https://www.medialab-prado.es/videos/i-introduccion-historica-la-sociologia-de-la-tecnologia>
30. Sánchez Beltrán, Zulma Patricia (2019). *Educación artística plástica-visual en contextos digitales: usos y apropiaciones de los jóvenes de la plataforma Youtube*, tesis de doctorado, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
31. Sautu, Ruth (2004) "Acerca de qué es y que no es investigación científica en ciencias sociales" en Wainerman, Catalina y Sautu Ruth (comp.) *La trastienda de la investigación*, Lumiere: Buenos Aires, Versión electrónica, pp. 2-12.
32. Sinche, Andrea, Carpio, Lilia y Abel Suing (2019). Religion y redes sociales: análisis del contenido audiovisual de youtubers católicos. *14Th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*, 19-22 junio, Portugal.
33. Tourangeau, Roger et al. (2017). Web surveys by smartphone and tablets: Effects on survey responses. *Public Opinion Quarterly*, 81(4), 896-929.

