

Taller sobre trabajo de campo en, con y sobre internet

Ana Paulina Gutiérrez Martínez
Octubre-Noviembre 2020
(lunes de 10- 14)

Este curso tiene como objetivo principal que el estudiantado conozca algunas bases de la investigación social con métodos cualitativos en, con y sobre internet. Lo anterior con el propósito de contribuir al diseño de algunos ajustes en el trabajo de campo y análisis de datos.

En la primera sesión se dará un panorama general sobre algunas discusiones epistemológicas, teóricas y metodológicas sobre internet y sobre la investigación social en este campo. A partir de la tercera sesión el estudiantado presentará sus proyectos centrándose en la estrategia metodológica y las dificultades metodológicas que enfrentan por la pandemia de COVID 19.

El taller estará estructurado en cinco sesiones que tendrán una duración de 4 horas aula con un descanso intermedio de 20 minutos. Se llevarán a cabo en Webex.

El cupo máximo para este taller es de 14 estudiantes a fin de poder trabajar detenidamente con sus proyectos en una hora de presentación y discusión por estudiante.

Sesión 1. 19 de octubre (primera parte 10-11:40)

- Presentación breve de proyectos y dificultades y planteamiento general del curso.
- ¿Qué necesitamos saber para hacer trabajo de campo en contextos digitales?
- 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?
- El campo digital. ¿Qué es? Ciberespacio, virtualidad y redes sociodigitales.
- ¿Qué aporta al conocimiento de lo social? Interacciones y tecnologías.

Sesión 1 (segunda parte 12-14)

- Algunos ejemplos de investigaciones empíricas en contextos digitales (3).

Sesión 2. 26 de octubre (primera parte 10-11:40)

- ¿Cómo hacer investigación social en tiempos de COVID-19? Accesibilidad y seguridad. Fuentes de información y construcción de datos. Preguntas de investigación y objetivos

- Ética en la investigación
- Uso de datos
- Presencia del (la) investigador (a)
- Devolución y presentación de resultados
- Algunos ejemplos de investigaciones empíricas en contextos digitales.

Sesión 2 (segunda parte 12-14)

- Presentación y discusión de estrategias metodológicas de 2 estudiantes.

Sesión 3. 9 de noviembre

- Presentación y discusión de estrategias metodológicas de 4 estudiantes.

Sesión 4. 23 de noviembre

- Presentación y discusión de estrategias metodológicas de 4 estudiantes.

Sesión 5. 30 de noviembre

- Presentación y discusión de estrategias metodológicas de 4 estudiantes.

Bibliografía de consulta:

1. Ardèvol, Elisenda. (2017). Big data y descripción densa. *VIRTUALIS*, 7(14), 14-38.
2. Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder* (33-85). Madrid: Alianza Editorial.
3. Cora García, Ángela et al (2009). Ethnographic Approaches to the Internet and Computer- Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, 38 (1), 52-84.
4. 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.
5. 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).
6. Estalella, A., Ardèvol, E., Dominguez, D. (2008). La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. España: ANKULEGI
7. 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.
8. Gómez Cruz, Edgar (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital, *Virtualis*, 8 (16), pp. 77-98.
9. 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.
10. 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.

11. 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.
12. 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.
13. Hine, Christine (2015). Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday (55-87). Londres: Bloomsbury Publishing.
14. Hine, Christine (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
15. 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
16. Llauradó, Oriol. (2006). El trabajo de campo Online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años. *Investigación y marketing*, 91, 25-33.
17. Meneses Rocha, María Elena. (2018). Grandes datos, grandes desafíos para las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Sociología*, 80(2), 415-444
18. 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.
19. 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.
20. 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.
21. 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.
22. Tourangeau, Roger *et al.* (2017). Web surveys by smartphone and tablets: Effects on survey responses. *Public Opinion Quarterly*, 81(4), 896-929.
23. Toret, Javier (Coord.). (2013). Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas (17-54). ^[1]_[SEP] El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida. España: Universitat Oberta de Catalunya (UOC) e Internet Interdisciplinary Institute (IN3).
24. Vizcaíno-Verdú, A., Contreras, P., Guzmán, M. (2019). Lectura y aprendizaje informal en YouTube: el booktuber, *Comunicar*, 59 (XXVII).
25. 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.