

**Taller: teoría y metodología para la investigación social sobre comunicación digital,  
internet y redes sociales**  
**Programa**

**Instructores:**

Dr. Adrián Vergara Heidke  
Lic. Natalia Molina

**Justificación:**

La era digital ha llevado a que muchas de las actividades que realizamos día a día se lleven a cabo en un espacio digital. Aquí se ubica la comunicación digital, la cual se refiere, de manera general, al intercambio de mensajes por medio de diferentes herramientas digitales. En este espacio nos podemos encontrar con páginas webs, blogs y redes sociales, las cuales pueden ser herramientas de interés para los usuarios, pero también para la investigación académica. Para la academia, es importante adentrarse en este espacio para conocer la realidad a la que se enfrentan los usuarios y poder estudiar las interacciones, los usos y las construcciones sociales que se generan. Estos nuevos materiales de estudios han generado nuevas metodologías, y otras se han adaptado, con tal de realizar análisis que contribuyan a las diferentes áreas del conocimiento.

Esa tendencia, verificable en los últimos lustros, se ha intensificado en la coyuntura actual de la emergencia sanitaria por la pandemia del COVID-19. Por un lado, las medidas de distanciamiento social (físico) y las restricciones de movilidad han intensificado el proceso de virtualización de las relaciones e interacciones sociales, de manera tal que estas ocurren cada vez más en el espacio virtual (y cada vez menos en los espacios físicos). Por otro lado, las propias medidas para contener la difusión del virus han repercutido en el desarrollo de las metodologías de investigación presenciales utilizadas en el campo de las ciencias sociales, como las entrevistas, grupos focales y observación participante. De tal manera, hoy se hace aún más necesario que las personas investigadoras en el campo de las ciencias sociales conozcan las herramientas y desarrollen habilidades necesarias para hacer investigación social con base en las comunicaciones digitales.

**Objetivo general:**

Introducir a las personas investigadoras en el campo de las ciencias sociales que laboran en el Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) para que conozcan las herramientas y desarrollen habilidades necesarias para hacer investigación social con base en las comunicaciones digitales.

### **Meta general:**

Al finalizar el taller, las personas participantes conocerán aspectos generales teóricos y metodológicos sobre la investigación en comunicación digital, internet y redes sociales.

### **Objetivos específicos:**

1. Exponer los aspectos teóricos más relevantes sobre comunicación digital, internet y redes sociales.
2. Introducir las estrategias metodológicas para la obtención y procesamiento de datos sobre comunicación digital, internet y redes sociales.
3. Entrenar a las personas investigadoras en el uso de herramientas tecnológicas para el procesamiento de datos digitales.

### **Metas:**

Al finalizar el taller, las personas participantes serán capaces de:

1. Señalar los aspectos teóricos más relevantes sobre comunicación digital, internet y redes sociales.
2. Conocer estrategias metodológicas para la obtención y procesamiento de datos sobre comunicación digital, internet y redes sociales.
3. Utilizar de manera básica algunas herramientas tecnológicas para el procesamiento de datos digitales.

### **Público meta:**

Personal académico del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS): investigadores, becarios, asistentes.

### **Duración del taller:**

El taller se llevará a cabo durante 2 semanas con 4 sesiones sincrónicas (virtuales) de 2 horas, para un total de 8 horas sincrónicas, a esto se sumará el trabajo individual en el hogar, en el cual tendrán que realizar prácticas y lecturas. Las sesiones presenciales se llevarán a cabo en la plataforma Zoom.

### **Fechas y horario:**

16/9/2020: 8:00 a.m.- 10:00 a.m.

18/9/2020: 8:00 a.m.- 10:00 a.m.

23/9/2020: 8:00 a.m.- 10:00 a.m.

25/9/2020: 8:00 a.m.- 10:00 a.m.



### Horario de atención a participantes:

Lunes 8:00 a.m.- 10:00 a.m.; Jueves 2:00 p.m. - 4:00 p.m.

En este horario, los instructores brindarán un espacio para que las personas participantes puedan evacuar dudas, ya sea en relación con la teoría o con sus trabajos prácticos. La atención se brindará mediante la plataforma Zoom.

### Contenidos generales del taller:

1. Comunicación digital: qué es y cuáles son sus características.
2. Internet, páginas webs, blogs, redes sociales y datificación: qué son, para qué sirven y cuáles son las características que tiene cada una en particular.
3. Interacción en redes sociales y construcción de identidades.
4. Métodos de análisis: qué tipos de análisis se pueden aplicar a páginas webs, blogs, redes sociales (análisis de sentimientos, análisis de contenido, etc.)
5. Análisis de datos: cómo se pueden obtener datos a partir de internet y redes sociales.
6. Procesamiento de datos: cómo se pueden utilizar herramientas que permitan procesar los datos recopilados.

### Cronograma:

Sesión	Contenidos	Lecturas / prácticas
Sesión 1: 16 de setiembre 8:00 a.m.	Teorías I: Comunicación digital, internet y redes sociales, ¿qué son?	Treem, J.; Dailey, S.; Pierce, C. y Biffi, D. (2016). What We Are Talking About When We Talk About Social Media: A Framework for Study. <i>Sociology Compass</i> , 10, 768-784.  van Dijck, J. y Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. <i>Media and Communication</i> , 1(1), 2-14.
Sesión 2: 18 de setiembre 8:00 a.m.	Teorías II: ¿Qué hay en las redes sociales? Interacción, identidad y otros tipos de análisis.	Molina, N., Vergara, A., Quesada, E. (2019). Descortesía en comentarios de Facebook relativos a noticias electorales de CRHoy.com y La Nación durante el proceso electoral del 2018 en Costa Rica. <i>Pragmalingüística</i> , 27, 233- 255.  Walker, J. (2014). <i>Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and</i>



		<p><i>Wearable Devices to See and Shape Ourselves</i> (pp. 1-43). Palgrave MacMillan.</p> <p>Práctica 1: Diferencias entre redes sociales</p>
<p>Sesión 3: 23 de setiembre 8:00 a.m.</p>	<p>Metodologías I: ¿Cómo obtener datos de las redes sociales?</p>	<p>Vergara, A.; Siles, I.; Castro, A. y Chavarría, W. (2020). Lectura de memes y noticias en redes sociales: un estudio exploratorio mediante <i>eye tracking</i>. En Siles, I. (Eds.), <i>Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica</i>, (pp. 95-122).</p> <p>Robards, B. y Lincoln, S. (2019). Social Media Scroll Back Method. <i>SAGE Research Methods Foundation</i>.</p> <p>Práctica 2: Encuesta sobre uso de redes sociales</p>
<p>Sesión 4: 25 de setiembre 8:00 a.m.</p>	<p>Metodologías II: ¿Cómo se procesan los datos recopilados?</p>	<p>Rädiker, S. y Kuckartz, U. (2020). <i>Análisis de Datos Cualitativos con MAXQDA</i>. MAXQDA Press.</p> <p>Anthony, L. (2014). <i>AntConc versión 3.4.4</i>.</p> <p>Práctica 3: Práctica con programa</p>

### Bibliografía de referencia

Anthony, L. (2014). *AntConc versión 3.4.4*.

Clifton, C.; Ferreira, F.; Henderson, J.; Inhoff, A.; Liversedge, S.; Reichle, E. y Schotter, E. (2016). Eye movements in reading and information processing: Keith Rayner's 40 year legacy. *Journal of Memory and Language*, 86, 1-19.

Eyeware. (2019). Understanding Eye Tracking & How it Can Work For You: Definitions, Metrics, and Applications. <https://eyeware.tech/blog/what-is-eye-tracking/>

González, L. y Velásquez, J. (2012). Una aplicación de herramientas de eye-tracking para analizar las preferencias de contenido de los usuarios de sitios web. *Revista de Ingeniería en Sistemas*, 26, 95-118.

Molina, N., Vergara, A., Quesada, E. (2019). Descortesía en comentarios de Facebook relativos a noticias electorales de CRHoy.com y La Nación durante el proceso electoral del 2018 en Costa Rica. *Pragmalingüística*, 27, 233- 255.



- Pink, S.; Horst, H.; Postill, J., Hjorth, L.; Lewis, T.; Tacchi, J. (2016). *Etnografía Digital: Principios y práctica*. Ediciones Morata.
- Rädiker, S. y Kuckartz, U. (2020). *Análisis de Datos Cualitativos con MAXQDA*. MAXQDA Press.
- Robards, B. y Lincoln, S. (2019). Social Media Scroll Back Method. *SAGE Research Methods Foundation*.
- Sloan, L. y Quan-Haase, A. (Eds.). *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE Publications.
- Treem, J.; Dailey, S.; Pierce, C. y Biffi, D. (2016). What We Are Talking About When We Talk About Social Media: A Framework for Study. *Sociology Compass*, 10, 768-784.
- Turkle, S. (2017). *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. (pp. 15-73). Ático de los libros.
- van Dijck, J. y Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- Vergara, A.; Siles, I.; Castro, A. y Chavarría, W. (2020). Lectura de memes y noticias en redes sociales: un estudio exploratorio mediante *eye tracking*. En Siles, I. (Eds.), *Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*, (pp. 95-122).
- Walker, J. (2014). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves* (pp. 1-43). Palgrave MacMillan.