
Sesión 2: Redes Sociales

Curso Investigación digital y análisis etnográfico

¿Qué es una “red social”?

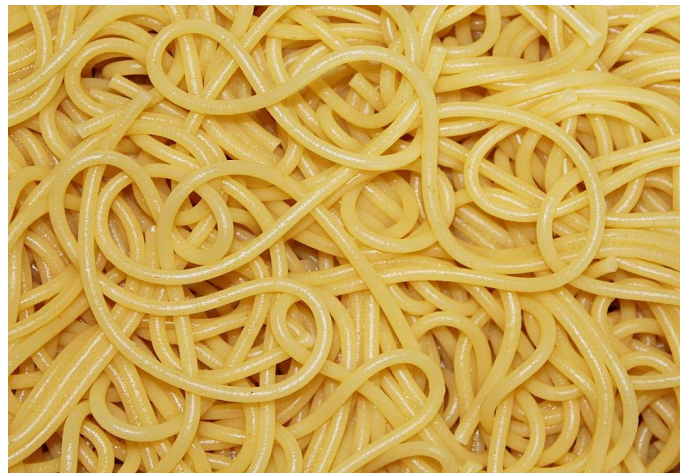
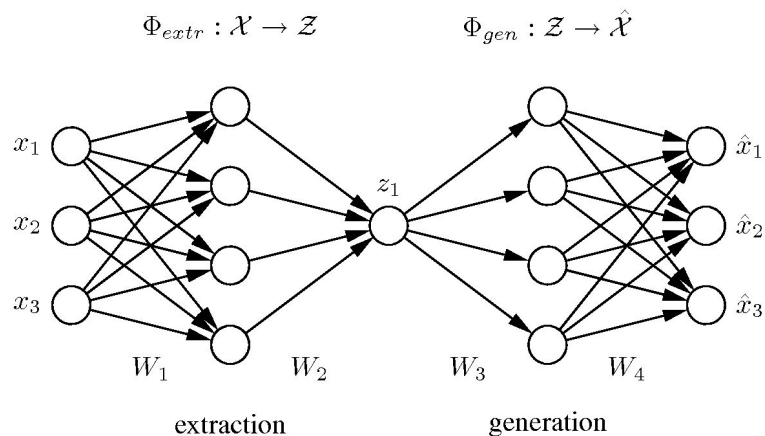
“Aplicaciones que procesan, almacenan y muestran contenido generado por el usuario.”

Medio -> conexiones -> reflejan conexiones offline.

Énfasis en posibilidades de uso (affordances)

La red enmarañada

Las redes sociales como “ambientes de investigación dispersos a través de plataformas web, en constante progreso de cambio, y que implican locaciones tanto físicas como virtuales” (Postill & Pink, 2012: 125)



Lugar, movilidad, socialidad

Un lugar no está geográficamente delimitado (no es una unidad con fronteras claras), sino que es una colección de personas y cosas. -> El etnógrafo conecta los elementos, y por tanto crea un “lugar etnográfico”.

Moverse entre plataformas, entre grupos, entre situaciones, entre offline y online.

¿Qué pasa si dejamos espacio para otros tipos de relación diferentes a los de “comunidad”? (Socialidad)

Explorar, compartir, interactuar, archivar

“Compartir” en redes sociales: Informarse de lo sucedido, pero también entablar conversaciones con redes personales.

Explorar: qué está sucediendo más allá de mi red personal?

Interactuar: Lazos “fuertes” y “débiles” con los participantes.

Archivar: tags, hashtags: clasificación o acumulación?

Ejemplos

Campo “en vivo”, Tricia Wang (2012)

2 consecuencias de redes sociales:
producen trazos digitales,
contenido es accesible y abierto.

¿Qué sucede si nuestro diario de
campo se vuelve (parcialmente)
público?

Advertencias: Stories no
reemplazan al diario de campo.



— Youtube y “video tags” (Spyer, 2012)

2 tipos de videos:
tutoriales y “tags”

Uso de tags para
generar lazos con
participantes.

Similitud entre tags y
encuestas.



¿Qué lógicas “locales” nos sirven para instrumentalizar redes sociales en nuestra investigación?