

LICENCIATURA EN CIENCIA DE DATOS

ANÁLISIS DE REDES SOCIALES [ARS]



PROGRAMA

IGNACIO PEHUÉN ROMANI (COORD.)

EMILIO FONSECA MATERA

unab

1. Cantidad de horas semanales y totales

Cantidad de horas semanales: 4 (cuatro)

Cantidad de horas cuatrimestrales: 64 (sesenta y cuatro)

2. Equipo docente

- IGNACIO PEHUÉN ROMANI (COORD.)
- EMILIO FONSECA MATERA

3. Fundamentación

El análisis de redes sociales (en adelante ARS) es un área de estudio que actualmente ofrece un gran potencial en diversos ámbitos de aplicación como la investigación social, el análisis político y los estudios de mercado debido a que cada vez estamos más atravesados por redes amplias y diversas. Este curso se propone facilitar capacidades de investigación y de análisis de casos complejos de interacción entre actores, entendiendo las lógicas específicas y las relaciones de poder insertas en él, detectando patrones que permitan dar cuenta de las formas de integrar estos espacios.

4. Programa sintético

La asignatura centra su desarrollo en torno a los siguientes temas:

1. Orígenes y Fundamentos del Análisis de Redes Sociales
2. Metodología del Análisis de Redes Sociales
3. Medidas e Indicadores del Análisis de Redes Sociales
4. Visualización y Extracción de Datos
5. Entorno digital I: Análisis en Redes Sociales Digitales
6. Entorno digital II: Datos y Capitalismo
7. Casos Prácticos

5. Objetivos

Comprender los principios metodológicos del ARS y aplicarlos a un problema concreto.

Objetivos Específicos

1. Incorporar las principales conceptualizaciones y categorías del ARS
2. Explorar las herramientas actuales del ARS
3. Caracterizar y clasificar las principales redes sociales digitales actuales
4. Aplicar las herramientas de ARS a las redes sociales digitales

6. Propósitos de enseñanza

La cátedra propone a través del análisis de textos teóricos establecer un lenguaje conceptual común relacionado a las teorías sociológicas y lingüísticas vinculadas al ARS. Para ello, se incorporarán herramientas de análisis en el abordaje de casos prácticos.

7. Contenidos

Unidad I: Orígenes y Fundamentos del Análisis de Redes Sociales

La unidad busca rastrear en diferentes autores las fuentes del ARS desde los aportes de la sociología y la antropología. Si bien se trata de un campo de estudio (aunque algunos autores lo conciben como un compendio de técnicas o un método de investigación) eminentemente interdisciplinar, durante esta unidad nos abocaremos a explorar y comprender los fundamentos del ARS, y distinguir los niveles en los que las distintas disciplinas hicieron sus aportes a este campo.

Unidad II: Metodología del Análisis de Redes Sociales

¿Cómo hacer una investigación utilizando el Análisis de Redes Sociales? Esta unidad abordará el desarrollo metodológico de una investigación de ARS de forma esquemática a partir de las definiciones fundamentales para una investigación de este tipo: ¿Qué redes quiero investigar? ¿Qué preguntas busco responder? ¿En qué actores y en qué relaciones voy a focalizar mi estudio? ¿Cuáles son los indicadores de esas relaciones?

Unidad III: Medidas e Indicadores del Análisis de Redes Sociales

De la teoría de grafos al ARS: ¿Cómo entender y describir la estructura y morfología de las redes? Aquí revisaremos las métricas estandarizadas para el estudio y análisis de las redes: medidas de centralidad, medidas de cohesión y equivalencia estructural.

Unidad IV: Visualización y Extracción de datos

Parte central del Análisis de Redes Sociales (ARS) es que las interacciones entre los individuos puede ser representada por un sociograma, es decir: un grafo que muestre las interacciones representadas como enlaces entre los nodos (actores), representaciones que conformarán la estructura de la red para ser analizada. En esta unidad veremos cómo podemos visualizar estos grafos. Además, veremos métodos de recolección de datos en redes sociales digitales que proveen información pública.

Unidad V: ARS y Entorno Digital I: Análisis de Redes Digitales

El Análisis de Redes Sociales Digitales es utilizado por diversos sectores empresariales y/o institucionales como forma de generar insights para la toma de decisiones a nivel comunicacional, conocer la experiencia del usuario en el uso de un producto y/o servicio, conocer el imaginario de consumidores acerca de una marca, entre otros aspectos. Aquí veremos cómo realizar este tipo de análisis utilizando herramientas como la Escucha Social (Social Listening) y el Análisis de Sentimientos (Sentiment Analysis).

Unidad VI: ARS y Entorno Digital II: Datos y Corporaciones

¿Qué es lo que hacen las empresas con nuestros datos? ¿Qué hacen los Estados con nuestros datos? ¿Cómo los manejan? ¿Qué leyes regulan el uso y la extracción de datos? En esta unidad haremos una revisión crítica sobre las relaciones entre el mundo digital, el capitalismo y la democracia.

Unidad VII: Estudio de Casos

En esta unidad haremos un relevamiento de casos prácticos de análisis de redes sociales desde los ámbitos académico, estatal y empresarial.

8. Bibliografía y recursos audiovisuales


Unidad I: Orígenes y Fundamentos del Análisis de Redes Sociales

Bibliografía obligatoria

- Molina, J. L. (2001) Análisis de Redes Sociales. Una introducción. España: Bellaterra. Cap. I, pp. 13 - 36

Recursos audiovisuales

Nicholas Christakis. La influencia oculta de las Redes Sociales

Link (Activar Subs):  Nicholas Christakis: The hidden influence of social networks

Bibliografía ampliatoria

- Freeman, L. (2004). The Development of Social Network Analysis. A Study in the Sociology of Science. New York: Empirical press.
- Wasserman, S. & Katherine, F. (1994). Análisis de Redes Sociales. Métodos y Aplicaciones. Cambridge: Cambridge University Press. Cap I, pp. 35 - 49


Unidad II: Metodología del Análisis de Redes Sociales

Bibliografía obligatoria

- Martín, M. E. & Pol, M. A. (2008) Análisis de Redes Sociales: Una propuesta metodológica para el abordaje de fenómenos sociales desde una perspectiva territorial.

Recursos audiovisuales

Diseño metodológico para ARS por el Dr. Javier Cárdenas

Link:  3.2 Diseño Metodológico Fase 1: actores e indicadores - Curso Análisis de Rede...

Unidad III: Medidas e Indicadores del Análisis de Redes Sociales

Bibliografía obligatoria

- Kuz, A, Falco, M, & Giandini, R. (2016). Análisis de redes sociales: un caso práctico. Computación y Sistemas, 20(1), 89-106.

Bibliografía ampliatoria

- Aguilar-Gallegos, N., Martínez-González, E. G., & Aguilar-Ávila, J. (2017). Análisis de redes sociales: Conceptos clave y cálculo de indicadores. México: Universidad Autónoma Chapingo (UACH)

Unidad IV: Visualización y Extracción de datos

Sin bibliografía

Unidad V: ARS y Entorno Digital I: Análisis de Redes Digitales

Bibliografía obligatoria

- Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2022). El entorno digital. Selección de capítulos.

- Calvo, E. & Aruguete, N. (2020). Fake news, trolls y otros encantos. Selección de capítulos.

Bibliografía ampliatoria

- Lorenzo, E. & Romo, A. (2021). La evolución de los insights desde la escucha social a la lectura por imagen. El caso de L'Oreal. En Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC. N° 23 Vol 23, pp. 8 - 29

Unidad VI: ARS y Entorno Digital II: Datos y Corporaciones

Bibliografía obligatoria

- Couldry, N. & Mejías, U. (2019). El costo de la conexión. Cómo los datos colonizan la vida humana y se la apropian para el capitalismo. Selección de capítulos.

Recursos audiovisuales

Entrevista a Javier Pallero: Privacidad de datos y derechos en internet

<https://open.spotify.com/episode/4tt8DxPzYspRtHk7TWmYqn?si=5929419e515e47b2>

9. Metodología

La cursada se desarrolla en torno del debate como estrategia pedagógica principal. Se valora y se promueve la presentación de argumentos con sustento académico, los cuales deberán incorporar las conceptualizaciones contenidas en la selección bibliográfica.

De esta forma, cada clase se dividirá en una primera etapa de presentación de la obra, su contexto de producción y sus lineamientos o planteos centrales por parte del profesor. La segunda parte de la clase estimulará la discusión a través de los intercambios mediados por los docentes.

Para lograr la apropiación de los contenidos y las conceptualizaciones propias de los textos académicos por parte de los y las participantes, el rol del profesor será de coordinador del trabajo pedagógico y prestará atención no sólo a los procedimientos implementados en las actividades grupales o individuales, sino también a los saberes previos desde donde los/as estudiantes intentan apropiarse de los nuevos conocimientos.

10. Uso del campus virtual e integración de TIC en la propuesta pedagógica

Se promoverá la utilización del campus virtual como espacio de consulta y retroalimentación, permitiendo a las y los estudiantes profundizar en el análisis de los diferentes elementos bibliográficos y/o audiovisuales que integran el programa. Del mismo modo, al tiempo que se evacúan consultas y se profundiza la comunicación, se dispondrá de sitios específicos dentro de cada clase para consultar los registros audiovisuales producidos por los profesores y/o encuentros sincrónicos.

11. Evaluación

Requisitos de aprobación

Para acceder a la evaluación integradora final, además de tener la cursada aprobada, los/as estudiantes deberán haber cumplido con el 75% de asistencia a las clases.

Formato de evaluación

Con el fin de observar los procesos de apropiación de las construcciones colectivas de saberes, se espera que las evaluaciones permitan dar cuenta de los aprendizajes logrados a través de las lecturas de los textos y los debates realizados en clase. Para lo cual, se llevarán a cabo una evaluación parcial y un trabajo práctico final.

Los y las estudiantes tendrán una oportunidad recuperatoria en la evaluación parcial, mientras que los trabajos prácticos podrán ser reelaborados en una segunda instancia. Un promedio igual o superior a cuatro, del conjunto de evaluaciones, permitirá la regularidad de la asignatura. Un promedio igual o superior a siete se corresponderá a la promoción de la asignatura. En caso que el/la estudiante apruebe la materia, la

acreditación será realizada mediante un examen final, abarcando toda la bibliografía obligatoria del programa.

12. CRONOGRAMA

FECHA	TEMA
29-ago	Presentación + ¿Qué es el ARS? ¿Para qué sirve? Estudios relevantes en la historia
5-sep	Orígenes del ARS
12-sep	Metodología del ARS
19-sep	Herramientas de Social Listening: Framing
26-sep	Medidas e Indicadores del ARS
3-oct	Entorno digital: Plataformas, Fake news y Trolls
10-oct	Herramientas de Social Listening: Sentiment analysis
17-oct	Clase de consulta
24-oct	Evaluación parcial
31-oct	Extracción de datos
7-nov	Evaluación: Recuperatorio
14-nov	Extracción de datos
21-nov	Visualización de datos en Red
28-nov	Relevamiento de trabajos de ARS en ámbito académico, público y empresarial
5-dic	Entrega de TP Final