

Universidad Iberoamericana
Maestría en Comunicación

Comunicación, internet y redes sociales

Dr. Juan S. Larrosa-Fuentes
jarrosa@gmail.com
www.juan-larrosa.com
13 al 19 de junio de 2018

Desde finales de los años noventa, la masificación en el uso de internet ha transformado significativamente la comunicación humana. Entre otras cosas, internet ha permitido la producción y gestión de redes sociales virtuales a través de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, entre otras. Estas empresas y los servicios que prestan han provocado cambios sustanciales en los procesos comunicativos durante elecciones democráticas, de movimientos sociales y culturales, así como la comunicación cotidiana de los seres humanos.

En este curso de maestría los alumnos tendrán un acercamiento al estudio de internet y redes sociales, como objetos de estudio en el campo de la comunicación. Entre otras cosas, los participantes estudiarán algunas de las perspectivas teóricas y metodológicas más relevantes para el estudio de las redes sociales.

Objetivos del curso

1. Estudiar y comprender los fundamentos teóricos de distintos acercamientos al estudio de la comunicación digital, como lo son la teoría de redes, la sociedad red, y los sistemas híbridos de comunicación e integrar estos corpus de conocimiento con teorías generales de comunicación.
2. Desarrollar una perspectiva crítica sobre el estudio de la comunicación digital y las redes sociales, que incluya una visión crítica y no celebratoria sobre el desarrollo tecnológico, así como una perspectiva ética sobre el uso de datos personales en la investigación científica.
3. Estudiar distintos métodos para el estudio de la comunicación digital y redes sociales como la teoría de redes, el campo de las humanidades digitales, y acercamientos cualitativos al estudio de la comunicación y conocer, de forma general, algunos programas para la captura y análisis de datos de la comunicación digital como lo son Digital Footprints, Ant Conc, Voyant, NodeXL, Atlas TI, entre otros.
4. Desarrollar habilidades para buscar qué tipo de método utilizar en una investigación sobre redes sociales, así como encontrar los programas apropiados para captura y análisis de datos en el marco de un proyecto de investigación.

Estructura

El curso contempla tres momentos y procesos fundamentales de aprendizaje:

1. A través de seminarios, los alumnos estudiarán y discutirán algunas de las corrientes más importantes sobre el estudio de internet y redes sociales virtuales.
2. A través de estudios de caso, los alumnos analizarán trabajos de investigación paradigmáticos sobre redes sociales virtuales.
3. A través de talleres de investigación, los alumnos identificarán algunas de las herramientas básicas que ofrecen la ciencia de redes, las humanidades digitales y la investigación cualitativa para el estudio de internet y redes sociales virtuales.

Evaluación

Esta fórmula de evaluación es tentativa y puede variar según el desarrollo del curso

Actividad	Porcentaje
Resumen de lectura y preguntas a los textos (seminario 1)	20%
Resumen de lectura y preguntas a los textos (seminario 2)	20%
Entrega de reporte sobre taller de redes sociales	20%
Ensayo reflexivo	40%
Total	100%

La entrega del trabajo final será, a más tardar, el 29 de junio a medio día.

Consideraciones para el trabajo académico

- Durante las sesiones de seminario, se espera que los estudiantes estén capacitado para la discusión a partir de las lecturas propuestas para esta asignatura. De otra manera, los seminarios se volverán pesados y aburridos.
- Se espera que en los seminarios se desarrolle una dinámica de discusión crítica entre los estudiantes. Se espera, además, que durante las discusiones se respete la libertad de expresión, así como la diversidad del pensamiento.
- Todos los trabajos que se presenten en clase tienen que ser completamente de la autoría del alumno. El alumno que incurra en plagio será dado de baja de la materia. Se considera plagio cuando un alumno toma una obra completa, o parte de esta, sin citar la fuente exacta.
- Además, en caso de utilizar fuentes externas para la elaboración de sus trabajos, los alumnos deben citar y referenciar adecuadamente según las normas de la APA.

Cronograma del curso

*El cronograma es tentativo y me reservo el derecho de modificarlo según convenga al desarrollo del curso

Sesión	Tema	Trabajo en clase	Trabajo en casa	Entregas en clase
Sesión 1 13 de junio	¿Qué son las redes sociales? Desafíos epistemológicos, ontológicos, axiológicos y disciplinares	A lo largo de esta sesión discutiremos distintas perspectivas sobre qué son las redes sociales y por qué es importante estudiarlas desde la comunicación.	Lectura de nueve artículos sobre el tema en cuestión. Elaboración de resúmenes de las lecturas y preguntas a los textos.	Nueve resúmenes de lecturas y preguntas a los textos.
Sesión 2 14 de junio	Análisis de redes sociales a partir del “live ethnography”	Analizar, a partir de un estudio de caso, el uso de redes sociales en una campaña política Conocer el método “live ethnography” Hacer una observación a las redes sociales de un personaje político	Ninguno	Reporte taller de redes sociales 1
Sesión 3 15 de junio	Análisis cualitativo de redes sociales	Analizar, a partir de un estudio de caso, el uso de redes sociales en una campaña política. Conocer los acercamientos cualitativos al análisis de redes sociales. Hacer una observación a las redes sociales de un personaje político	Ninguna	Reporte taller de redes sociales 2
Sesión 4 16 de junio	Análisis de redes a redes sociales	Analizar, a partir de un estudio de caso, el uso de redes sociales en un movimiento social. Conocer los acercamientos de análisis de redes a redes sociales.	Ninguno	Reporte taller de redes sociales 3

		Hacer una observación a las redes sociales a un movimiento social.		
Sesión 5 18 de junio	¿Cuáles son algunos de los acercamientos teóricos y metodológicos al estudio de redes sociales?	En esta sesión estudiaremos los distintos métodos para el estudio de la comunicación digital y redes sociales como la teoría de redes, el campo de las humanidades digitales, y acercamientos cualitativos al estudio de la comunicación.	Lectura de tres artículos sobre el tema en cuestión. Elaboración de resúmenes de las lecturas y preguntas a los textos.	Tres resúmenes de lecturas y preguntas a los textos. Entrega de respuestas a un examen práctico.
Sesión 6 19 de junio	El uso de las redes sociales por parte de los usuarios y cierre del curso	En esta sesión estudiaremos distintas formas de analizar el uso de las redes sociales a partir de metadatos, encuestas, experimentos, y observaciones etnográficas.	Ninguno	Ninguno

Bibliografía para el curso

Aruguete, N., & Calvo, E. (2018). Time to #Protest: Selective Exposure, Cascading Activation, and Framing in Social Media. *Journal of Communication*, 68(3), 480–502. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy007>

Baym, N. K. (2011). Social Networks 2.0. En *The Handbook of Internet Studies* (pp. 384–405). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444314861.ch18>

Bossetta, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1077699018763307. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>

Cano, C. A. R. (2018). Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica en la opinión pública en línea. *Virtualis*, 8(16), 57–76. Recuperado a partir de <http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/article/view/250>

Castells, M. (2009). “Capítulo 1. El poder en la sociedad red”. *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza, pp. 33-86.

boyd, d. (2010). "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications." In *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (ed. Zizi Papacharissi), pp. 39-58.

boyd, D. (2015). Social media: A phenomenon to be analyzed. *Social Media + Society*, 1(1), 1-2. doi: 2056305115580148.

boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. Recuperado a partir de <http://www.jstor.org/stable/2776392>

Jensen, K. B., & Helles, R. (2016). Speaking into the system: Social media and many-to-one communication. *European Journal of Communication*, 0267323116682805. <https://doi.org/10.1177/0267323116682805>

Nagy, P., & Neff, G. (2015). Imagined affordance: Reconstructing a keyword for communication theory. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115603385.

Nielsen, R. K. (2015). Social Media and Bullshit. *Social Media + Society*, 1(1), 2056305115580335. <https://doi.org/10.1177/2056305115580335>

Bibliografía complementaria

Tufekci, Z., & Robins, C. (2017). *Twitter and Tear Gas* (Edición: Unabridged). Audible Studios on Brilliance Audio.

Recurso: Social Media & Politics Podcast

#12: The YouTube Algorithm and its Implication for Politics, with Matt Gielen. (2017, febrero 13). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/12-youtube-algorithm-politics-matt-gielen/>

#24: Donald Trump and Scott Walker's Digital Strategy on Social Media, with Matthew Oczkowski. (2017, mayo 29). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/trump-walker-cambridge-analytica-campaign-social-media/>

#27: Who's Targeting You? Facebook Dark Ads in the British Election Campaign, with Sam Jeffers. (2017, junio 25). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/facebook-political-ads-targeting-elections-campaigns/>

#29: Citizen Marketers and the Bernie Sanders Campaign on Social Media, with Dr. Joel Penney. (2017, julio 9). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/citizen-marketers-sanders-campaign-social-media-politics/>

#38: Algorithms, Social Media, and Society, with Dr. Thore Husfeldt. (2017, noviembre 12). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/algorithms-politics-google-facebook-social-media-gdpr/>

#39: Data, Democracy, and the Role of Technology in Politics, with Dr. Daniel Kreiss. (2017, noviembre 26). Recuperado el 12 de junio de 2018, a partir de <http://socialmediaandpolitics.org/technology-politics-data-democracy-campaigning-kreiss/>

Recursos: página se académicos

Michael Bosseta: <http://michaelbossetta.com>

Nancy Baym: <https://www.microsoft.com/en-us/research/people/baym/>

dana boyd: <http://www.danah.org>