

Formato de Presentación Working Paper

Título: Datos cualitativos y aprendizaje social: Percepción Social de Alicia en el País de las Maravillas

Autores:

Jeice Hernández

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1486-1333>

Scopus:

<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219432823>

Google Académico:

<https://scholar.google.com/citations?user=hcMOTFcAAAAJ&hl=e>

CvLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000096336&lang=es

Denize Asceneth Torres Ruiz

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8011-5347>

Google Académico:

https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&hl=es&user=WCVp5EAAAAAJ

CvLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000079173

Resumen:

Este proyecto busca establecer qué tipo de imagen relacionada con la historia de Alicia en el País de las Maravillas es la más recordada y la que se asocia más con el cuento clásico de Lewis Carroll. Para lograrlo, utiliza una metodología exploratoria crítica que combina técnicas cualitativas y cuantitativas de análisis de redes sociales. Alicia en el País de las Maravillas ha inspirado a numerosos autores y artistas a lo largo de los años, demostrando su capacidad para conectar con personas de diferentes épocas y culturas. La metodología empleada se centra en el análisis de las conexiones y preferencias que los usuarios de redes sociales establecen con las distintas versiones e interpretaciones visuales de la historia de Alicia. A través de entrevistas y focus groups en plataformas digitales, se recopila información cualitativa sobre las percepciones de la audiencia y se triangula la información para establecer los resultados. Al centrarse en las conexiones y preferencias de los usuarios de redes sociales, este estudio pretende identificar las versiones e interpretaciones de la historia que tienen un mayor poder de evocación y que mejor reflejan la relevancia de este clásico en la actualidad.

Palabras clave color, Aprendizaje social y emocional, ilustración, Cuentos de hadas, Alicia en el país de las maravillas análisis de datos.

Abstract:

This project seeks to establish what type of image related to the story of Alice in Wonderland is the most remembered and the one most associated with Lewis Carroll's classic story. To achieve this, it uses a critical exploratory methodology that combines qualitative and quantitative social network analysis techniques. Alice in Wonderland has inspired numerous authors and artists over the years, demonstrating its ability to connect with people from different times and cultures. The methodology used focuses on the analysis of the connections and preferences that social network users establish with the different versions and visual interpretations of Alice's story. Through interviews and focus groups on digital platforms, qualitative information on audience perceptions is collected and the information is triangulated to establish results. By focusing on the connections and preferences of social media users, this study aims to identify the versions and interpretations of the story that have the greatest evocative power and that best reflect the relevance of this classic today.

Keywords: color, Social and emotional learning, illustration, Folk tales, fairy tales, Alice in wonderland data analysis.

Introducción:

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en plataformas fundamentales para la interacción social y la expresión de opiniones y emociones. Millones de usuarios comparten diariamente sus pensamientos y sentimientos a través de mensajes, publicaciones y comentarios en plataformas como Twitter, Facebook, Instagram, entre otras. Este vasto flujo de información no solo brinda una ventana única para comprender la psicología humana y las dinámicas sociales, sino que también presenta un desafío colosal en términos de procesamiento y análisis de datos. El análisis de sentimientos en redes sociales es una disciplina que se enfoca en extraer información a partir de las menciones generadas por los usuarios de social media. Su objetivo es identificar y cuantificar emociones, actitudes y opiniones expresadas en estos textos, lo que permite al analista de datos comprender mejor cómo se sienten las personas con respecto a ciertos temas, productos, eventos o tendencias.

Este enfoque se basa en los principios del aprendizaje social, una teoría psicológica que sostiene que los individuos aprenden y modelan su comportamiento a partir de la observación e interacción con otros, tiene que ver con la experiencia y en entorno cultural en que se encuentran. El caso de las imágenes y su recordación o asociación de sus elementos también se genera según la experiencia y la influencia de esta en el imaginario popular y permanencia en la cultura visual.

Este proyecto busca establecer qué tipo de imagen con relación a la historia de Alicia en el país de las maravillas es la mas recordada y la que se relaciona con el cuento. Para esto se usaron las redes sociales y varias en cuantas para establecer la visión particular y la relación que generan las personas desde la percepción sobre la historia. Se establece una metodología exploratoria crítica combina técnicas cualitativas y cuantitativas para analizar la percepción social de Alicia en el País de las Maravillas a través del análisis de redes sociales, centrándose en las conexiones y

preferencias de los usuarios para identificar la versión de la historia que tiene un mayor impacto y resonancia en la sociedad actual.

Objetivo:

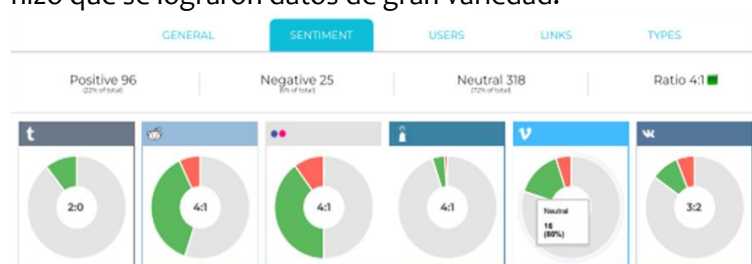
Establecer qué tipo de imagen e historia con relación a la historia de Alicia en el país de las maravillas es la más recordada y la que común mente se relaciona con el título de Alicia en el país de las Maravillas

Metodología:

Se establece una metodología exploratoria crítica que utiliza el análisis de redes sociales para estudiar las conexiones que los individuos hacen con la historia de Alicia en el País de las Maravillas. Se realizan entrevistas en diferentes redes sociales para obtener resultados que son transformados en datos cuantitativos, con el fin de determinar cuál de las versiones de la historia es la más recordada, ya sea por su impacto visual o por la narrativa (remake de la original). Se utilizan técnicas cualitativas como entrevistas y focus groups en redes sociales para recopilar información sobre las percepciones y preferencias de los usuarios con respecto a Alicia en el País de las Maravillas, permitiendo una mayor profundidad y riqueza en los datos. Los datos cualitativos obtenidos son codificados y analizados para identificar patrones y temas recurrentes, utilizando herramientas de análisis de redes sociales para visualizar las conexiones entre los usuarios y las diferentes versiones de la historia. Los resultados cualitativos relacionados con los sentimientos que genera la historia son transformados en datos cuantitativos para facilitar el análisis estadístico y la comparación entre grupos, permitiendo determinar cuál es la versión de Alicia en el País de las Maravillas que tiene un mayor impacto social y que es más recordada por los usuarios de redes sociales.

Resultados

Como resultados se obtuvieron datos de todo el mundo con la ventaja que en el periodo que se realizó .la encuesta se estaba generando un evento sobre Alicia en el Pais de las Maravillas lo que hizo que se lograron datos de gran variedad.



En una fase inicial, se recopila una amplia cantidad de datos relacionados con la percepción de la historia, tanto en su forma textual como en su representación visual. Esto genera como resultado una vinculación con los estándares lingüísticos utilizados para describir la historia y sus elementos, pudiendo lograr establecer parámetros de sentimientos y sensaciones alrededor del tema que acercan hacia un perfil social y emocional.

Hasta el momento, los resultados obtenidos muestran una conexión directa con imágenes previamente establecidas por la cultura visual, lo que conduce a que las personas tengan una percepción limitada, influenciada por ciertas características y estéticas predeterminadas por un estándar, como el de Tim Burton y Disney. La elección de estas dos versiones estaba directamente relacionado con la edad la mayoría de personas entre 18 y 25 consideraba la versión de Tim Burton como la versión visual que relacionaban con esta historia.

Referencias:

- G. Hripcsak, C. Friedman, P. O. Alderson, W. Dumouchel, S. B. Johnson and P. D. Clayton, "Unlocking clinical-data from narrative reports: A study of natural language processing", *Annals of Internal Medicine*, 122 (1995), pp. 681-688.
- J.-B. Michel, Y. K. Shen, A. P. Aiden, A. Veres, M. K. Gray, T. G. B. Team, J. P. Pickett, D. Hoiberg, D. Clancy, P. Norvig, J. Orwant, S. Pinker, M. A. Nowak and E. L. Aiden, "Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books", *Science*, 331 (2011), pp. 176.
- D. Buscaldi, P. Rosso, J. M. Gomez-Soriano and E. Sanchis, "Answering questions with an n-gram based passage retrieval engine", *Journal of Intelligent Information Systems*, 34 (2010), pp. 113-134.
- Dialnet. (s.f.). Aprendizaje social en red. Las redes digitales en la formación universitaria. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/oai?verb=GetRecord&metadataPrefix=oai_dc&identifier=oai:dialnet.unirioja.es:114444
- Hernandez, J., y Oliveros Aya, C. . (2023). El color en los cuentos de hadas y los derechos humanos: la transversalidad del color detrás de la narrativa de Alicia y Blancanieves. *Novum Jus*, 17(2), 301–328. <https://doi.org/10.14718/NovumJus.2023.17.2.12>
- Hernández, J. (2023). El color como elemento sémico y narrativo de características políticas y socioculturales en la ilustración de cuentos clásicos. *cultura latinoamericana*, 1(37), 194–207. recuperado a partir de <https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/revclat/article/view/544>
- Hernández, J. (2023a). Características graficas del color en la elaboración de propuestas creativas. Universidad Santo Tomás <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/50955>
- Hernández, J. (2022). El color como medio activo, transversal y directo en la ilustración de Folk Tales. Editorial Universitat Politècnica de València. 201-205. <https://doi.org/10.4995/ANIAV2022.2022.15583>
- Hernández, J. (2020) El reto de la cuarta revolución industrial en Colombia: Datos, Diseño y Artes. Colombia, 4, 153
- Search results. (s. f.). Project Zero. [https://pz.harvard.edu/search/resources?f\[o\]=sm_field_related_projects%3Anode%3A87496](https://pz.harvard.edu/search/resources?f[o]=sm_field_related_projects%3Anode%3A87496)
- Universidad Autónoma Metropolitana. (s.f.). Redes sociales: un complemento para la teoría del aprendizaje por observación. Recuperado de <https://www.uam.mx/.../redes-sociales-un-complemento-para-la-teoria-del-aprendizaje-por-observacion.pdf>