



# JUNIOR SOCIOLOGY LAB

---



**Junta de Andalucía**

Consejería de la Presidencia,  
Administración Pública e Interior

CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES



## Informe final

**2021**

# Índice

**01**

Donde todo empieza

**03**

Qué se pretende conseguir

**04**

Fases del proyecto

**06**

Estructura de las sesiones

**11**

El Talento del JSL -  
Perfiles seleccionados

**15**

Las ideas

**19**

Temáticas de investigación

**23**

Perfiles interesados en estos proyectos

**29**

Los resultados en cifras

**30**

Agradecimientos

**31**

También hay espacio para la mejora

**33**

Se puede ir más allá

# Donde todo empieza



Este documento busca sintetizar el proceso de desarrollo del proyecto piloto denominado **Junior Sociology Lab**, una iniciativa pionera e innovadora en Andalucía, financiada por la Fundación Centro de Estudios Andaluces y coordinada por la cooperativa de investigación social Taraceas, en colaboración con profesional de la investigación social aplicada de ámbito estatal.

Se trata de un proyecto genuino que busca acercar la investigación social, tanto a las personas que se inician en la disciplina, diseñando un **proceso de mentorización** que ha permitido a las personas participantes explorar sus intereses como investigadores e investigadoras sociales, reflexionar sobre el contexto para identificar aspectos de la cotidianidad que requirieran de investigación y poniendo al servicio de entidades públicas y privadas los diseños de investigación resultantes, al objeto de conseguir financiación para su desarrollo.

El proyecto piloto **Junior Sociology Lab** pivota así entre la formación y la profesionalización de la investigación social, con un mayor protagonismo de la disciplina sociológica, fundamentando el proceso en la **metodología Aprendizaje – Servicio** (proceso que permite a las personas adquirir los conocimientos a la vez que desarrollan una actividad en un entorno real). Las personas que han participado en este proyecto han sido alumnado de último curso de las disciplinas de Sociología, Trabajo Social y/o Ciencias Políticas (y sus dobles grados), tanto de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (20 personas), como de la Universidad de Granada (15 personas), alumnado de master o egresados y egresadas de dichas disciplinas.

El **objetivo** de esta propuesta busca unir la fuerza y creatividad de las personas que finalizan sus estudios en ciencias sociales, con la experiencia de quienes llevan tiempo ejerciéndola, para desarrollar proyectos aplicados, adaptados y accesibles a entidades, organizaciones y población en general.

Esta iniciativa ha supuesto una apuesta decidida por trasladar información pertinente y actual a las personas que han participado en él, generando espacios colaborativos y horizontales que reprodujeran un verdadero trabajo en equipo. De este modo, las personas que han participado en esta iniciativa han ido desarrollando sus ideas en co-investigación y acompañadas por la experiencia de quienes llevan tiempo ejerciendo las Ciencias Sociales en el ámbito privado.



El proyecto se ha estructurado en 4 etapas, de las cuales, las tres primeras se han desarrollado al 100% en **formato online**: captación de talento (selección de las personas participantes), proceso de mentorización, tutorización personalizada de cierre de proyectos y presentación de proyectos.

La presentación de proyecto se desarrollará en el mes de septiembre en **formato presencial**, dónde se reunirán tanto las personas que ha participado, como los y las mentoras, representantes de las entidades implicadas en el proyecto y otras entidades públicas y privadas interesadas en los proyectos de investigación que han sido diseñados.

**El fin de la actividad siempre ha sido el de aprender a diseñar proyectos de investigación aplicados**, que pudieran ser puestos en práctica con la financiación de entidades interesadas en los datos que pueden ofrecer.

Todo el  
proceso ha  
estado  
acompañado  
por  
profesionales  
del sector

# Qué se pretende conseguir

Este proyecto busca responder a tres objetivos operativos:



## Objetivo 1

Desarrollar un itinerario profesional: la aplicación de las Ciencias Sociales al ámbito privado.



## Objetivo 2

Capacitar a alumnado formado en Ciencias Sociales, para desenvolverse en el ámbito profesional privado.



## Objetivo 3

Dar visibilidad al potencial de las Ciencias Sociales en el ámbito privado.

Esta iniciativa ha sido percibida, por las personas que han participado en ella, como **una oportunidad** para aproximarse a un terreno laboral poco explorado aún, desde un enfoque metodológico fresco, basado en la generación de espacios de comunicación horizontal entre profesionales y alumnado recién titulado.



# Fases del proyecto

El proyecto piloto **Junior Sociology Lab** se ha desarrollado durante nueve meses, desde octubre de 2020 hasta junio de 2021, a través de cinco fases:

## Fase 1 — Captación de Talento

Durante el mes de octubre se realizó la difusión de la actividad, la recepción de solicitudes, entrevistas personales y selección final de participantes. El proceso se amplió hasta diciembre en el caso de la Universidad de Granada, dónde la difusión virtual tardó un poco más en llegar, de modo que las solicitudes y las entrevistas se tuvieron que retrasar un poco, en relación al ritmo de Sevilla. Como resultado se obtuvieron 22 participantes de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y 17 de la Universidad de Granada

## Fase 2 — Segmentación en grupos de trabajo

Durante el mes de noviembre (Sevilla) y diciembre-enero (Granada) cada participantes presentó sus temáticas de interés. Cada persona seleccionó una temática y de esa manera se desagregó el grupo en equipos de trabajo más reducidos. Estas sesiones de trabajo en gran grupo fueron mentorizadas por el equipo de Taraceas.

## Fase 3 — Mentorización

Desde febrero hasta mayo se han llevado a cabo 8 sesiones de mentorización en las que se han trabajado:

- Gran diversidad de propuestas técnicas desde el enfoque de la consultoría privada.
- Diferentes estrategias analíticas (cuantitativas y cualitativas) y herramientas de recogida de información.
- Propuestas económicas ajustadas a los proyectos
- Claves para la difusión y divulgación de acciones de investigación privada.

# Fases del proyecto

## Fase 4 — Ajuste de los proyectos

Durante el mes de junio se han realizado tutorías personalizadas, tanto de cada grupo como de manera individual, para aterrizar y afinar las aportaciones de las mentorizaciones a cada proyecto de investigación. Al final de esta fase cada grupo ha conseguido trasladar completamente sus ideas sobre qué investigar, a un formato que recoge tanto la propuesta técnica como económica, lista para su difusión.

## Fase 5 — Presentación y difusión

Para ofrecer una formación integral, este proyecto quería completar el proceso de diseño de propuestas, ofreciendo la oportunidad de presentar los trabajos realizados a entidades públicas y privadas en un espacio formal, similar al de un entorno real. Para ello, se ha diseñado una sesión final presencial, en la que cada grupo expondrá su investigación en formato poster a las entidades que acudan al evento. Se busca con ello, entrenar la capacidad de presentación y difusión y tratar de conseguir una oportunidad laboral con un proyecto propio.

# Estructura de las sesiones

Todas las intervenciones realizadas en el marco de este proyecto, ya fueran las sesiones en gran grupo de inicio, las de mentorización, como las tutorías individuales, se han desarrollado en formato online, a través de la plataforma Blackboard Collaborate de la Fundación Centro de Estudios Andaluces. Todas las sesiones han tenido como mínimo 2 horas de duración.

**El enfoque del proyecto siempre buscó generar entornos de trabajo colaborativo, en equipo y de información/formación horizontal**, tratando de fomentar pautas de comportamiento alejadas de las propias de un aula de formación convencional. El contexto COVID-19, con la saturación digital que supuso, todavía hacía más importante que estos espacios interactivos online fueran lo más amigables y flexibles posibles.

Ha sido difícil romper con la lógica "de aula" en la que la inercia establece relaciones lineales y jerárquicas entre el profesorado y el alumnado. Aquí, en todo momento, se instó a todas las partes a establecer relaciones bidireccionales, como equipo de trabajo. Entendemos que sí se consiguió crear un espacio dinámico, basado en pautas de interacción mucho más informales, siempre en un contexto de máximo respeto por la actividad, que entendemos ha tenido una incidencia directa y positiva en el mantenimiento del compromiso de las personas que han participado hasta final.

**No hay que olvidar que este proyecto ofrece un entorno formativo especial a las personas que han participado en él, con un contenido inédito e inaccesible a través de otro medio y vital para conocer una salida profesional, que no suele estar presente en los espacios formativos reglados.** Así lo han manifestado en multitud de ocasiones tanto las personas que han mentorizado como los y las participantes.

Durante las primeras sesiones en gran grupo, el equipo de Taraceas diseñó acciones para favorecer el conocimiento y cohesión de un grupo de personas que no tenían porqué conocerse y que no estarían presencialmente juntas en ningún momento de los nueve meses del proyecto. Solo en dos mes (cuatro sesiones), se consiguió que las personas identificaran temáticas de interés, defendieran sus propuestas, votaran para elegir las mejores y se desagregaran en grupos más reducidos para comenzar a trabajar.

**Con las mentorizaciones se produjo todo un proceso de catarsis entre lo que habían aprendido y el campo de trabajo tan amplio que ofrece el sector privado.** Conocieron de primera mano diferentes líneas de investigación, la heterogeneidad de clientes y sus casuísticas, los procesos que deben regir cada proyecto de investigación, la cuantificación económica de nuestro trabajo y la forma en la que lo podemos comunicar y difundir.



Una vez finalizadas las 8 mentorizaciones previstas, se abrió un espacio de sesiones grupales y tutorías individuales a demanda, con el fin de aterrizar lo aprendido en cada diseño de investigación. El fin último era que cada grupo presentara en junio un diseño de investigación completo, como así ha sido. Los diseños se adjuntan en documentos independientes a este informe, elaborados de manera totalmente genuina por los miembros de cada grupo.

A continuación, se detalla el contenido de cada una de las 8 mentorizaciones realizadas entre los meses de febrero y mayo a razón de 2 sesiones con cada grupo, al mes.

Para aprovechar el tiempo todo lo posible, se optó por estructurar las sesiones de dos maneras:

- Imbricando desde el principio las dudas con la exposición
- Dejando un espacio para la presentación de materiales e información no superior a 60 minutos y dejando los otros 60 minutos para el ajuste de lo explicado a cada grupo.

**El trabajo de la mentorización ha sido titánico y muy generoso, al ser capaces de condensar tanto en tan poco tiempo, a la par que han prestado asesoramiento individual a cada grupo en cada sesión.**

#### Mentorizaciones sobre nuevos campos para la investigación social

<b>Andaira. Sociedad Cooperativa. Madrid</b>	<b>Zies, sociedad dedicada a la investigación social. Salamanca</b>	<b>Instituto de Estudios de Mercado GESTIKER, SL. Bilbao</b>
<b>Marina Onetti y Javier González</b>	<b>Ángel Martín</b>	<b>Aitor Urquijo</b>
Presentación de proyectos realizados a entidades <b>públicas</b> mediante licitación	Presentación de proyectos realizados a entidades <b>privadas</b> y tercer sector	Investigación social en medios de comunicación audiovisuales
Claves para el diseño de proyectos	Claves para el diseño de proyectos	Reflexiones sobre cómo llevar la investigación social a campos menos clásicos (la televisión)

## Mentorizaciones centradas en la metodología

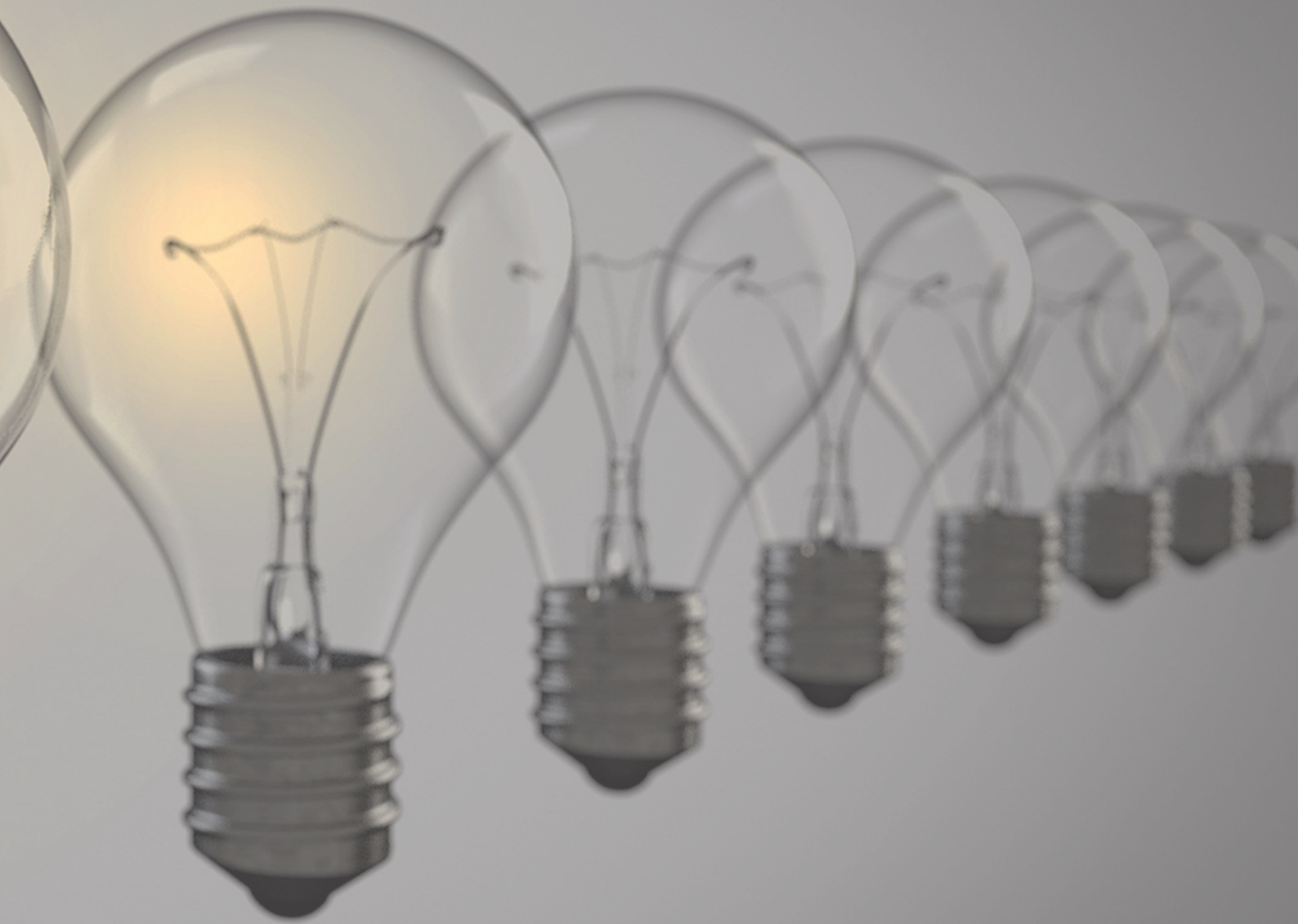
<b>Investigación UX</b>	<b>Márketing y Estudios de Opinión</b>	<b>Refuerzo en los diseños de investigación</b>
<b>Rubén Martín</b> Universidad Pablo de Olavide	<b>José Manuel García</b> Universidad de Granada y Málaga	<b>Mila Bascón</b> Universidad de Córdoba
La aplicación de la investigación social en el campo del mercado	La aplicación de la metodología de investigación en el campo del márketing	Revisión metodológica de los proyectos de cada grupo de trabajo
Nuevas metodologías para el estudio sobre la satisfacción del cliente	Claves para el diseño de proyectos en márketing	Tips para ajustar los diseños al objeto de estudio

## Mentorizaciones para la fase final de los proyectos

<b>SILCO Red de Campo</b>	<b>Fundación Centro de Estudios Andaluces</b>
<b>Alberto Medina</b>	<b>Esther García</b>
Coste de las actuaciones y servicios que se pueden ofrecer en investigación social	La comunicación en investigación social, conceptos básicos y herramientas
Traducción económica de los diseños de investigación	Formatos y Tips para diseñar formatos y canales de difusión y transferencia



# El Talento del JSL



# Perfiles seleccionados

Durante los meses de octubre y noviembre se desarrolló un proceso online de difusión de la iniciativa y selección de perfiles que dio como resultado la incorporación al Junior Sociology Lab de **22 personas en Sevilla** y **17 personas en Granada**. Los candidatos y candidatas que optaban a formar parte de esta iniciativa tuvieron que pasar dos filtros, el primero fue una selección basada en el curriculum de la persona candidata, dónde se valoraba la formación en Ciencias Sociales, preferiblemente sociología, así como la experiencia en participación de proyectos de investigación, ya fuera dentro o fuera de la propia universidad.



El segundo proceso consistió con una **entrevista individual online** con todas las personas que habían pasado el primer corte. En estas entrevistas se trataba de identificar el interés de la persona candidata por explorar la vía profesionalizante de la investigación social en el ámbito privado. También se tenían en cuenta otras competencias como la orientación hacía el emprendimiento, el trabajo en equipo y el interés por seguir aprendiendo.

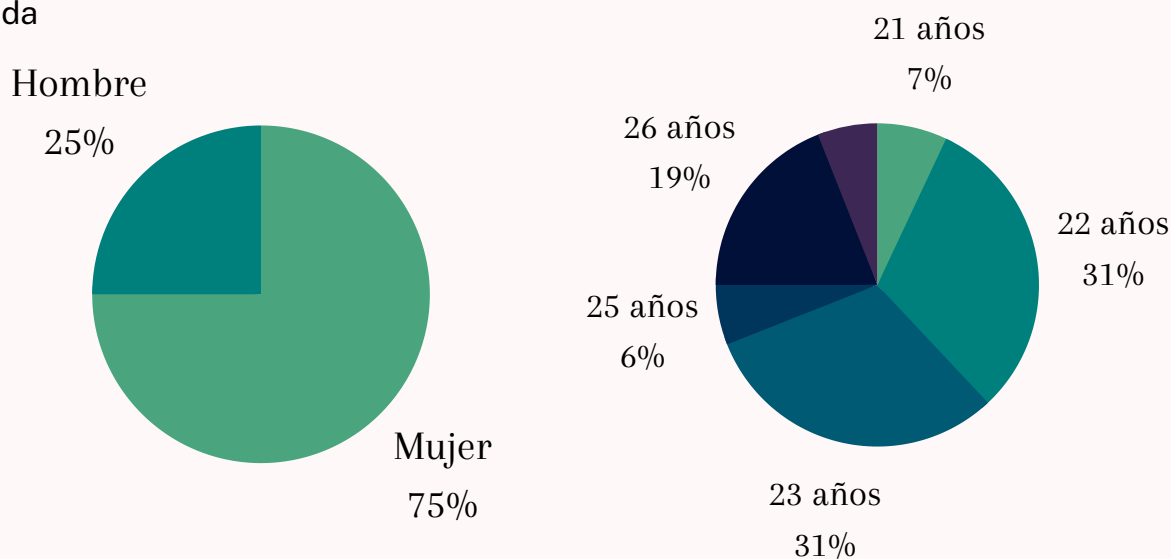
Finalmente, el proyecto arrancó con 39 personas deseosas de poner en práctica la formación recibida y descubrir aspectos relacionados con la investigación social de ámbito privado. **En todos los casos se confesó no tener conocimiento previo sobre esta salida profesional.**

La  
investigación  
social en el  
ámbito  
privado no es  
conocida por  
el alumnado  
de Ciencias  
Sociales

Atendiendo a la composición final tanto del grupo en Sevilla como en Granada observamos un desequilibrio de las personas seleccionadas por razón de sexo y edad. **En ambos, las mujeres suponen el 75%** del total de participantes. A pesar de haber realizados esfuerzos en la contactación por equilibrar los grupos por razón de sexo, no ha sido posible y, en cierta medida, sería coherente con la distribución del alumnado en los grados de Ciencias Sociales, dónde sigue habiendo una prevalencia de mujeres, con respecto a hombres.

## Características sociodemográficas

Gráfico 1. Sexo y Gráfico 2. Edad tratado de manera agregada el grupo de Sevilla y Granada



La distribución por edad también ha sido similar en ambos casos, siendo mayoritariamente **jóvenes en torno a los 24 años** (70% en ambos casos) el grupo más numeroso. Esto supone que las personas a las que ha llegado la información o se han mostrado más interesadas por ella, se encuentran en los últimos estadios formativos o a punto de iniciar su salida profesional.

El porcentaje de **alumnado egresado** ha sido menor del esperado. Se trataba de un perfil muy interesante para este tipo de actividad, por presuponer que tendrían mayor disponibilidad e interés por incorporarse al mercado laboral de manera más inmediata.

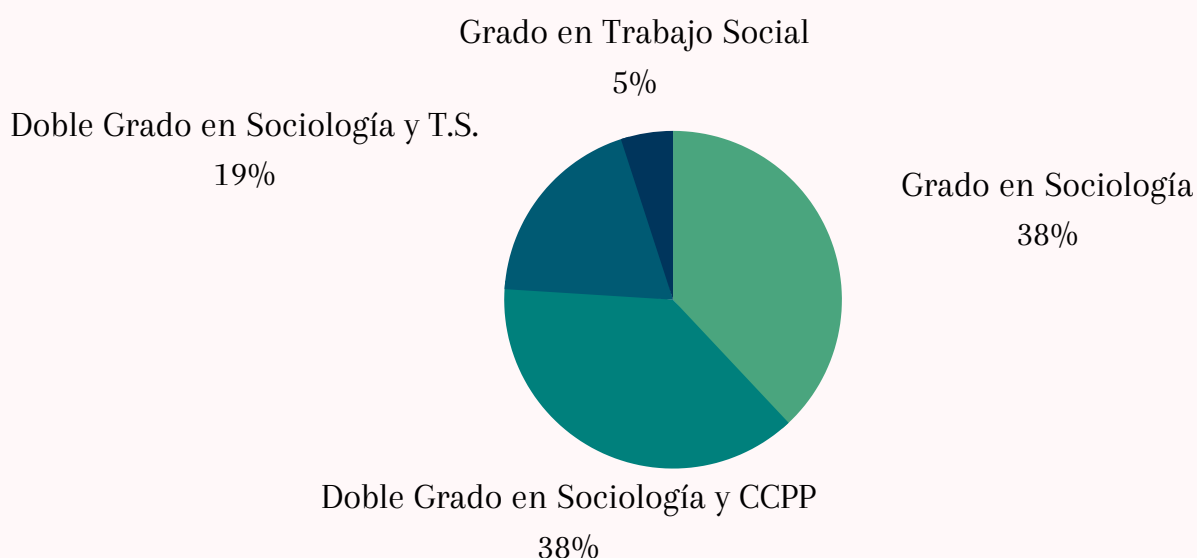
Sería recomendable diversificar los canales de difusión del Junior Sociology Lab para tratar de captar a este tipo de participantes en futuras ediciones



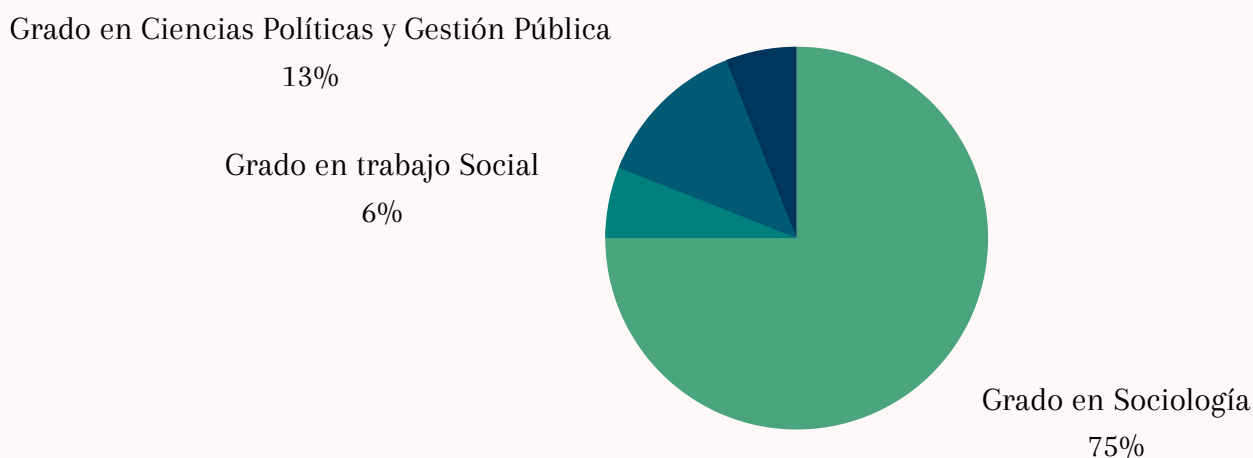
En lo referente al perfil académico, ambos grupos muestran diferencias. En el caso de Sevilla, las personas seleccionadas presentan una mayor diversidad de disciplinas, sumando el Trabajo Social y dos dobles grados a la Sociología. Por el contrario, el grupo de Granada ha contado con un porcentaje mayoritario de Sociología (75%).

A pesar de la diferente distribución de los porcentajes, en ambos grupos se han sumado participantes que, aunque su formación de base no es la sociología, se encuentran actualmente cursando máster en investigación social y consideran ésta una posible salida laboral.

**Gráfico 3. Distribución de las personas seleccionadas según formación. Sevilla**



**Gráfico 4. Distribución de las personas seleccionadas según formación. Granada**



Resulta interesante que **algunas de las personas participantes tengan una formación en la que no se aborda explícitamente la investigación como una salida profesional convencional**, como en el Grado en Trabajo Social o la Licenciatura en Filosofía. En estos casos, las personas están cursando un máster que sí tiene orientación hacia la investigación y, parece ser ese el motivo por el que se han sentido atraídas por este proyecto.

Hay bastantes personas, de las seleccionadas, que **han combinado trabajos puntuales en campos ajenos a la disciplina que estudian (empleos temporales) y participación en proyectos de investigación liderado por el profesorado de los departamentos de Sociología de sus universidades, durante su proceso formativo**. A estas personas se les presuponía habilidades relacionadas con la organización de tareas y la gestión del tiempo, además de cierto *expertis* en relación con las diferentes fases de una investigación. Efectivamente han resultado ser un perfil muy interesante en este sentido, siendo en muchos casos quienes han liderado el trabajo de su grupo.

No obstante, algunas personas con este perfil no han podido completar el proyecto porque se han dado incompatibilidades al tratar de casar el ritmo de esta iniciativa con el trabajo temporal y los compromisos formativos. En concreto, cuatro son los casos que no han completado, dos en el grupo de Sevilla y dos en el de Granada.

Otro perfil muy interesante ha sido el de personas con **experiencia en voluntariado** en entidades de acción social. Han estado presentes sobre todo en el grupo de Granada. Si bien estas personas han ayudado a reflexionar sobre el impacto de los diseños en la vida cotidiana de las personas, ha sido difícil que abandonaran su inercia hacia la intervención en pro de la investigación. No obstante, **a ambos grupos les ha costado, en general, entender la lógica de la investigación, el porqué de investigar; por lo que durante varios meses trataban de diseñar propuestas más basadas en sus estereotipos que en verdaderas preguntas de investigación**.

Por último, cabe destacar la selección de personas que han ejercido **roles de representación durante su periodo de formación**. Estas personas siempre resultan muy interesantes para proyectos que se tienen que definir mientras se ejecutan, porque están más acostumbradas a realizar una labor de análisis crítico del contexto y agilizar procesos colaborativos para la consecución de objetivos. También se han posicionado como líderes de sus grupos en algún momento del desarrollo del proyecto, ya fuera defendiendo con más recursos sus propuestas o encargándose de la organización de los tiempos y/o tareas del grupo.

# Las ideas



# Completar el proceso no ha sido fácil

Finalmente, **han sido nueve los proyectos presentados y como el título de esta sección indica, no ha sido nada fácil para los y las participantes llegar hasta aquí.** Qué duda cabe que el contexto de confinamiento y distanciamiento social nos ha llevado a un sistema digital de interacción que no ha estado exento de dificultades técnicas, a las que se han sumado otras más ligada al campo de las emociones y las percepciones.

La incertidumbre, las expectativas, las dudas por el cambio se han sumado a las dificultades para encontrar empleo con las que se socializa la población juvenil cualificada andaluza. Las personas que han participado, en la mayoría de los casos alumnado de último curso o cursando máster o egresado en búsqueda activa de empleo, **se ha cuestionado mucho su elección de carrera profesional** y ese ha sido un tema transversal muy presente.

Quizás, justo **este motivo ha sido un potencial para este proyecto**, que ha tratado de mostrar de una manera tangible y práctica un posible uso de su formación en el terreno profesional, sumando la investigación social aplicada en el ámbito privado a las opciones de trabajo de quienes han participado.

Así lo han expresado en muchos casos, interpretando que este tipo de iniciativas tienen un **impacto positivo en el empoderamiento** de una población joven que trata de abrirse camino en un entramado laboral que le es ajeno en muchos casos. Poner en valor el potencial de esta iniciativa para mejorar las posibilidades laborales de sus participantes, se hace necesario para no dejar pasar que, además de una formación novedosa, actual y práctica, este proyecto permite comenzar a dibujar una línea profesional poco explotada en Andalucía, pero con suficiente bagaje en otros espacios y por otras disciplinas.

La investigación social aplicada en el ámbito profesional es un campo de trabajo que está siendo más desarrollado en otras comunidades como Madrid, dónde el número de profesionales que se dedican a la investigación, por ejemplo, en el campo del UX Research, crece exponencialmente. También encontramos que otras disciplinas se suman con fuerza a la investigación social privada, un caso claro lo encontramos en el **Laboratorio de Antropología aplicada de Flasco Argentina** (<https://www.flasco.org.ar/>), dónde llevan más de 10 años poniendo en marcha propuestas formativas similares a esta iniciativa, desde el campo de la antropología.

Que la investigación social aplicada en el ámbito privado se mueve, es un hecho y que este proyecto capacita a las personas a desarrollarse en este campo de trabajo, es una premisa que trata de evidenciarse a través de los proyectos que los y las participantes del Junios Sociology Lab han realizado.

Las temáticas han variado mucho desde el inicio de este proyecto, incluso cuando ya estaban definidas, en cada mentorización, se realizaban virajes de vértigo hacia matices diferentes. Porque si algo ha quedado claro en estos meses para quienes han participado, es que las Ciencias Sociales son inabarcables y su objeto de estudio, las personas, elementos multidimensionales. Todo es interesante y todo es potencialmente estudiable, pero un diseño de investigación social aplicada debe empezar por acotar bien qué se quiere estudiar y para qué.

Este **¿para qué?**, ha sido otro de los grandes debates, si la investigación social aplicada debía ofrecer soluciones a problemas concretos o aportar información exploratoria sobre diversas cuestiones. La tendencia general del grupo era el de diseñar propuestas exploratorias, sin preguntas de investigación e hipótesis claras o, todo lo contrario, estudios muy sesgados que ya buscaban encontrar las conclusiones a las que el grupo llegaba, sin ni siquiera aproximarse previamente al tema.

**Ha sido todo un reto el de conseguir equilibrar la pregunta - la hipótesis - los objetivos - y el ¿para qué? de cada investigación.** Entender que la investigación social aplicada debe ser capaz de diseccionar el ámbito social sobre el que se va a investigar y hacerlo con objetivos e hipótesis muy claras, orientadas siempre a aportar soluciones. Quizás este sea uno de los elementos más característicos de desarrollar investigación en el ámbito privado, su necesario carácter propositivo.

**Para el 100% de las personas que han participado, resultaba ajena la idea de diseñar propuestas orientadas a entidades concretas.** Desconocían qué es una licitación pública, un contrato menor, un Término de Referencia o un briefing. No se han entrenado para ajustar sus diseños de investigación al contexto de la entidad que debía de financiarlos, por lo que este salto cualitativo ha sido otro de los retos que ha asumido el Junior Sociology Lab.

Para atender a esta necesidad se han trabajado conceptos más relacionados con la empresa, como el target, marketing, mapa de empatía y otros más cercanos, como el de estudios de mercado, que permitieran pensar en qué entidades públicas o privadas, tendrían entre sus objetivos obtener información sobre las temáticas que cada grupo abordaba en su diseño, a la par que identificar aspectos de interés que llevar a la propuesta, a fin de hacer entender a la entidad lo conectado que el proyecto estaba con su visión, misión y objetivos.

Muy probablemente, esta última parte debiera de reforzarse en próximas ediciones del Junior Sociology Lab, ya que esta primera edición ha puesto de relieve la escasa información que las personas que se inician en la profesión tienen sobre qué les puede deparar el mundo profesional ajeno al sector académico.

Tanto es así, que una de las temáticas más demandas durante el proceso ha sido cómo cuantificar las diferentes acciones que se desarrollan en un proyecto de investigación. **Ninguna de las personas que participaban sabían cómo poner precio a su trabajo**, tampoco sabían identificar las diferentes tareas que conllevan cada una de las acciones que se tienen que desarrollar en una investigación. Durante varias sesiones, se trabajó cómo desagregar en acciones concretas actividades tan cotidianas en investigación como realizar un grupo de discusión, una entrevista o un cuestionario.

Se ha explorado también, con qué **otros sectores es recomendable coordinarse** para hacer propuestas más potentes, por ejemplo, es posible que necesitemos un Call Center si queremos hacer cuestionario y no tenemos personal, o salas con cámara Gesell para el trabajo cualitativo. Pero también puede interesar contactar con profesionales del marketing para la maquetación de nuestros informes o del campo audiovisual si queremos trasladar nuestros resultados a un formato vídeo. Se ha puesto en valor la importancia del perfil multidisciplinar de los equipos de investigación, para capturar diferentes dimensiones del objeto de estudio y la importancia del trabajo en equipo.

Esta cuestión del **trabajo en equipo** también ha generado debate, porque muchas de las personas que han participado traían la inercia de trabajar, durante sus procesos formativos, con las mismas personas. Los equipos que se forman durante la carrera y se mantienen son un error, porque impiden desarrollar herramientas necesarias para el momento en el que toca trabajar con personas a las que no se conoce. Normalmente, los equipos que se forman durante el grado, rara vez se vuelven a encontrar como tal en el ámbito profesional.

Esto es lo que ha pasado en el Junior Sociology Lab, los grupos se conformaron por el interés en la temática y no por la afinidad entre las personas, de modo que este proyecto ha generado un espacio muy interesante que ha puesto a prueba las habilidades personales de todos para lidiar con un trabajo colaborativo, desarrollado por extraños y extrañas en un contexto que solo nos ha dejado como canal de comunicación lo online. Sin duda ha sido toda una experiencia de aprendizaje para quienes han formado parte de esta primera edición.



# Temáticas de investigación

Los proyectos finales no podían ser más diferentes entre sí, fiel reflejo de la heterogeneidad del propio grupo. Las primeras ideas planteadas pivotaban fundamentalmente sobre la base de las grandes cuestiones sociales: exclusión social, desigualdad de género, COVID-19, brecha digital, entre otros.

Poco a poco las ideas se fueron aterrizando hasta llegar a estos objetos de estudio y si bien son diferentes, más adelante se comentarán algunas similitudes. **La mayoría de los enfoques metodológicos empleados han sido cualitativos.** Esta tendencia también merece ser reseñada, a pesar de que las personas participantes confiesen haber tenido más formación durante sus grados en técnicas cuantitativas, en la mayoría de casos se ha preferido optar por diseños cualitativos o mixtos, ningún estudio se ha sustentado sobre una metodología exclusivamente cuantitativa.



## La supervivencia del comercio local en Granada

Este estudio trata de identificar variables y factores que han influido en el cierre de muchos establecimientos en determinadas zonas de Granada, contemplando no solo la acción coyuntural del COVID-19, sino tratando de ir más allá y señalar cuestiones más estructurales.

## La digitalización de la educación universitaria

En este trabajo se busca visibilizar los cambios generador por una digitalización forzosa, tanto desde el punto de vista de la metodología, como de las relaciones humanas. El objetivo final es detectar potencialidades en esos cambios que puedan seguir desarrollándose, a la vez que evidenciar debilidades, que puedan ser trabajadas y reforzadas, al objeto de no reproducir patrones con efectos negativos.



Estudio sobre la emancipación y los nuevos factores que afectan en el retraso de la salida del hogar de los y las jóvenes en Andalucía

Judit Pérez Mejía

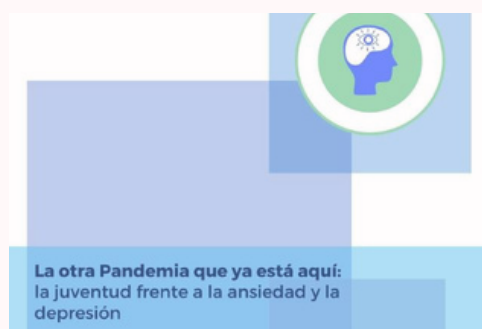
## La emancipación de la juventud

Esta propuesta busca explorar los condicionantes del contexto, pero también las inercias de la propia juventud, con incidencia en la toma de decisión sobre cuándo y cómo dejar la vivienda familiar.



## El Bodypositive

El grupo en esta propuesta se pregunta si el movimiento Bodypositive realmente ha sumado a la gestión de la diversidad corporal o si finalmente ha creado un nuevo patrón de comportamiento entre la juventud, tan encorsetado como lo ha sido tradicionalmente los cánones de belleza convencionales.



## La ansiedad y depresión en la juventud tras el COVID-19

Este proyecto busca conocer las consecuencias emocionales y psicológicas que el contexto de crisis sanitaria, antecedida de una crisis económica, ha podido provocar entre la población juvenil e identificar los recursos públicos y personales que se emplean para trabajar esta cuestión.

Estudio del daño social experimentado y percibido por el personal sanitario de la Provincia de Cádiz con motivo del impacto de la COVID-19.

Proyecto Piloto  
Junior Sociology Lab

## Análisis del daño social en personal sanitario

Este proyecto pretende desarrollar herramientas que permitan medir el daño social, un concepto que trata de visibilizar las dificultades asociadas a la interacción social y el contexto de personas que se enfrentan a eventos sobrevenidos, como ha sido el caso del sector sanitario durante la pandemia.

## Feminización del daño social en el ámbito sanitario

Esta propuesta trabaja desde el mismo enfoque del proyecto anterior, pero trata no solo de identificar los aspectos del daño social, sino también explorar si ese daño social ha sido desigual para hombres y mujeres, trabajando con la hipótesis de que el daño social está feminizado en algunos sectores, como puede ser el sanitario.

28-6-2021

FEMINIZACIÓN  
DEL DAÑO  
SOCIAL EN EL  
ÁMBITO  
SANITARIO

## Como la interacción online ha cambiado los hábitos de consumo

Esta propuesta busca explorar cómo son las interacciones online tras el periodo de pandemia sanitaria y como estos cambios están generando diferencias y/o nuevos patrones de conducta relacionado con los hábitos de consumo de la población. En un contexto de incertidumbre en el ámbito laboral, puede ser muy interesante identificar nuevos patrones.

**Proyecto sobre el estudio  
de nuevos hábitos de  
consumo online**

Pilar Luna Rodríguez · Rocio Muñoz de Viguera · Álvaro Salas Vera



## Re-produciendo estereotipos de género en las redes sociales

Este último proyecto conecta la idea de la maximización en el uso de internet y, sobre todo, de las redes sociales, con la posibilidad de que este medio haya adquirido protagonismo como canal para seguir manteniendo estereotipos de género, sobre todo entre la población más joven. Resulta pertinente conocer qué efecto ha podido tener la sobre-exposición a este medio en la población juvenil y las consecuencias que puede conllevar.

# Perfiles interesados en estos proyectos

Esta edición del Junior Sociology Lab surgió desde un enfoque abierto a explorar cuáles eran las temáticas más sugerentes de las personas que participaban en él, sin la estructuración previa en temas, sin ningún encargo previo más que el de permitir que quienes se sumaban al proyecto explorasen qué cuestiones despertaban más su atención. Este elemento tenía un objetivo claro, tratar de posicionar a investigadores e investigadoras noveles en el supuesto de analizar el contexto social, detectar temáticas de interés social y llevarlas a su terreno. Esto ha permitido la heterogeneidad ente los grupos y **ha permitido probar que el formato del proceso de mentorización es válido, no importa la temática sobre la que se trabaje.**



Todos los grupos han encontrado apoyo, argumentación e ideas en las mentorizaciones, porque **han aprendido a extrapolar la explicación más allá del ejemplo empleado** en su difusión, siendo capaces de aplicar los conocimientos a sus casos particulares.

Pese a ello, esta diversidad presenta un cierto hándicap a la hora de identificar a perfiles que podrían estar interesados en estos proyectos. No podemos obviar, que uno de los objetivos más ambiciosos de esta iniciativa, consiste en acercar estos diseños a entidades que pudieran estar interesadas en financiar su desarrollo y trabajar con los datos que se obtuvieran de ellos. Es tarea de los próximos meses difundir esta actividad y captar entidades interesadas que asistan a la sesión final.

Este  
proyecto  
busca, en  
su fase  
final,  
acercar los  
proyectos a  
potenciales  
clientes

Como era de esperar, muchos de los proyectos se han orientado hacia el perfil más joven de la población. Esta también fue una sugerencia que recibieron durante las mentorizaciones, el que trataran de aproximarse al colectivo que les resultaba más cercano, al objeto de hacerles sentir más accesible el proceso de diseño de la investigación. No fue difícil que tomaran el consejo y lo aplicaran, aunque no ha sido así en todos los casos.

**Sobre jóvenes**, se han diseñado proyectos que tratan de explorar diferentes ámbitos de su cotidianidad. Uno de ellos, busca ofrecer información de interés sobre los procesos de **emancipación** de la población juvenil. Los datos obtenidos de este estudio serían muy pertinentes para la Junta de Andalucía, en la que intervienen diferentes estamentos relacionados con la emancipación desde el enfoque del empleo y desde las posibilidades de vivienda y fórmulas para acceder a ellas. Si se busca diseñar políticas que incentiven la emancipación juvenil, habrá que conocer cuáles son los principales obstáculos a los que se enfrentan y qué gama de propuestas ofrecen de manera propositiva.

Más conectado con el contexto COVID-19, pero no necesariamente de manera exclusiva, es el estudio que trata de explorar **las consecuencias anímicas que ha traído consigo las medidas de distanciamiento social durante la pandemia**. El proyecto plantea que previo a este contexto y casi de manera estructural, se ha ido asentando entre la población juvenil un alto nivel de estrés derivado de la necesidad de adquirir autonomía en periodos de crisis, que han limitado las oportunidades laborales. El periodo COVID-19 no ha hecho sino agudizar esta tendencia. Cómo se enfrenta la población juvenil a situaciones de estrés y depresión, es un tema de máximo interés también transversal a entidades públicas como la sanitaria y la educativa, así como a ONGs destinadas a visibilizar las necesidades de la población juvenil.

Obviamente, **el proyecto que trata de analizar lo ocurrido durante la formación online**, tendrá un target más concreto. La Consejería de Educación, podría implementar un estudio autonómico que ofreciera información válida para el inicio del nuevo curso académico. Si de algo ha adolecido el sistema formativo, en general, ha sido de información que le permitiera tomar decisiones reposadas y argumentadas. Llevamos un curso académico y medio casi improvisando decisiones, sin tener datos para reflexionar el calado de lo ocurrido y las consecuencias de las acciones realizadas.

La comunidad educativa en su conjunto sabe que este año y medio ha generado mecanismos, pautas de conducta y herramientas que han venido para quedarse, pero sigue siendo una incertidumbre, cuáles de estos nuevos elementos realmente deben permanecer y de qué forma deberían hacerlo. ¿Qué cuestiones han funcionado? ¿cuáles requieren de una reformulación para que funcionen? ¿cuáles no deberían repetirse? Falta mucha información al respecto de estas preguntas y, mientras tanto, se comienza a diseñar el próximo curso 2021-2022.



Concretamente, el estudio propuesto por uno de los grupos busca explorar lo ocurrido en la formación universitaria, que se ha desarrollado casi en un 90% online durante todo el periodo de la pandemia, por lo que cualquier universidad pública o privada podría beneficiarse de los resultados obtenidos y emplear esa información para planificar con más solvencia el próximo curso académico.

**El tándem "jóvenes - nuevas tecnologías"** es un asunto que interesa a diferentes niveles. Aquí se han recogido varias cuestiones, pero, sobre todo, las temáticas abordadas pivotan sobre la base de entender los medios de comunicación, mayoritariamente **redes sociales, como canales que no solo permiten difundir, sino que crean y transforman realidades**. Son espacios generadores de pautas de conducta, con un potencial de transmisión viral sin límite territorial. Esta capacidad debe ser tenida en cuenta entre las instituciones y asociaciones sin ánimo de lucro que trabajan por el bienestar de la población infantojuvenil.

Cualquier concejalía de educación de los municipios andaluces, el área de juventud de los ayuntamientos de las capitales de provincia, las áreas de juventud de las diputaciones, el Instituto Andaluz de la Juventud, asociaciones como Save The Children, Unicef y otras entidades locales, podrían necesitar conocer con más detalle sobre el uso y efectos del uso, que las redes sociales tiene en la población juvenil.

Se observa también una **tendencia entre los y las participantes por incorporar la perspectiva de género en sus propuestas**. En algunas de estas, como el estudio sobre bodypositive y los estereotipos de género, dejan ver una hipótesis/preocupación que lleva a explorar las consecuencias de la interacción de la juventud con las nuevas tecnologías desde el enfoque de género. La variable género juega un papel vital en estos diseños, en los que se parte del supuesto de que las nuevas tecnologías pueden estar ayudando a difundir o, incluso generando, pautas de conducta que ejercen una mayor restricción social en mujeres que en hombres. Este tipo de estudios podrían despertar el interés de instituciones como el Instituto Andaluz de la Mujer y asociaciones de mujeres de cualquier parte del territorio andaluz.

Algo similar ocurre con los dos equipos que se han interesado por desarrollar herramientas que permitan **la medición del daño social**, incorporando en uno de ellos la hipótesis de que éste daño tampoco ha generado las mismas consecuencias según sexo. El concepto daño social ha sido recogido por la profesora de Sociología de la Universidad de Granada Elena Ferri y permite rescatar, para la investigación social, un campo que le es propio y al que no se le están dedicando los esfuerzos que merece, si se reflexiona sobre el impacto que tendría para el ámbito de la abogacía, por ejemplo, a la hora de hacer una valoración pericial.

Se trata de evidenciar que los acontecimientos cotidianos no solo tienen impacto en la economía o la salud de las personas, también inciden en sus contextos sociales. Este tercer elemento es vital para alcanzar calidad de vida y bienestar, pero no siempre se hace visible.

**Los proyectos planteados tratan de emplear el periodo COVID-19 como una intervención externa, para generar proyectos desde un diseño cuasi-experimental,** que permita medir los cambios que ha supuesto todo lo que ha ocurrido para el entorno y contexto social de las personas y cómo esos cambios inciden en la cotidianidad y tiene consecuencias. La forma de poder llegar a esta información es a partir del diseño e implementación de herramientas que, empleadas, permita afinarlas y testarlas, validando las mismas para su replicabilidad.

Este tipo de trabajos pueden interesar a perfiles muy amplios, desde la propia academia, que pueda ver en ellos la posibilidad del desarrollo de herramientas, el propio sistema sanitario andaluz, en el que se centran las propuestas, para conocer con más detalle cual ha sido el impacto de este último año y medio en su personal, el ámbito de la abogacía, para implementar la dimensión sociológica en el conjunto de informes periciales que puede solicitar, entre otros.

Por último, encontramos dos propuestas sectoriales. Una de ella, trata de analizar los cambios en las **pautas de conducta social y su efecto en el tipo de consumo.** Las relaciones sociales durante este periodo de pandemia han tenido que ser vehiculadas a través del formato online, también las formas en las que consumimos. El consumo presencial y el consumo online tiene sus diferencias y consecuencias, no solo en lo económico, también en la forma en la que nos relacionamos. Las personas generan vínculos diferentes con los comercios, los comercios con los proveedores, los proveedores con los clientes, al final, se entreteje un nuevo ecosistema de canales de comunicación, pautas y nuevos roles que van a marcar el devenir de muchas empresas y consumidores en los próximos años. Entidades como la Cámara de Comercio y asociaciones de empresarios y empresarias podrían estar interesados e interesadas en estos datos.

Otra forma de extrapolar lo ocurrido entre comerciantes y consumidores sería conocer más en profundidad las trayectorias, transformaciones e incorporaciones que se están produciendo en el **comercio de cercanía**, a partir de un caso concreto como es el del análisis del comercio local de Granada. Los resultados podrían interesar sin duda al ayuntamiento de Granada, pero también su planteamiento podría ser extrapolable a otros territorios, incorporando obviamente las características propias de cada lugar.

**Todos los proyectos presentados han conseguidos traducir la lógica sociológica al estudio del contexto.** A partir de cómo las interacciones entre personas y la mediación del contexto, generan opiniones y comportamientos que derivan o pueden derivar en pautas de conducta que hacen virar la sociedad hacia determinados inercias y no a otras. Cualquiera de estos estudios aportaría información útil y relevante en un momento social en el que aún no sabemos cuánto de lo que había quedará, cuánto de lo que ha cambiado perdurará y cuántas tendrán que cambiar para ajustarse a los tiempos que están por venir.

Las instituciones públicas, así como las entidades privadas podrían emplear la sociología, para adelantarse a la toma de decisión, generando oportunidades para que profesionales noveles de las Ciencias Sociales pongan a su servicio sus conocimientos, ideas y ganas por analizar la sociedad desde un enfoque sociológico y devolver información útil que pueda ser empleada para tomar decisiones más cercanas a la realidad social sobre la que se tendrá que intervenir.



# Fortalezas del proyecto



# Los resultados en cifras

El proyecto **Junior Sociology Lab** puede resumirse en:

**100%**

INÉDITO

**100%**

INNOVADOR

**100%**

PARTICIPATIVO

**100%**

APLICABLE

El nivel de satisfacción de las personas participantes supera las expectativas

**100%**

FORMACIÓN  
COMPLEMENTARIA

**100%**

INFORMACIÓN  
NUEVA

**100%**

REENCANTA CON  
LA PROFESIÓN

El alumnado que no se sentía atraído por salidas profesionales académicas, confiesa haber encontrado una salida profesional que se ajusta mejor a sus preferencias y expectativas.

**100%**

DE LOS PARTICIPANTES RECOMENDARÁ ESTA  
FORMACIÓN SI SE REPITE



# Agradecimientos

Se han estado planteando a lo largo de todo este documento, **el Junior Sociology Lab ha combinado con éxito una serie de factores que hacen de él un proyecto integral, participado y aplicado.** Todos estos apelativos son cuestiones que el alumnado siente que necesita una vez que finaliza su formación universitaria, para saber cómo enfocar lo aprendido en una trayectoria profesional que, lejos de ser lineal, debiera ser en zigzag o quizás curva u ondulada, cualquier otra figura geométrica que permita a las personas experimentarse y experimentar su profesión antes de decidir qué camino tomar.

**Contar con una persona de referencia a lo largo de todo el proceso que coordine todas las acciones y las contextualice** permite que una actividad como esta, que se ha desarrollado en formato online, con una periodicidad de media de 2 semanas al mes, mantenga siempre conectada las distintas fases y los contenidos. Es vital que las personas que participan en el proyecto no olviden el objetivo de lo que se está haciendo y para qué se está haciendo, de modo que no genere desafección y alienación de las actividades propuestas. Por ello, la coordinación de las actividades se ha imbricado a la dinamización, que ha sido más costosa de enhebrar a través del formato online, pero también ha permitido que todas las personas implicadas en el proyecto aprendan y crezcan con la propia actividad, incluido el equipo de coordinación.

Qué duda cabe que **el equipo de mentorización** que se ha configurado ha sido una de las claves y mayores fortalezas de este proyecto. Un grupo humano de calidad profesional y personal, que se ha dejado la piel en el proceso, que ha puesto al servicio de los y las participantes todo su saber, con una vocación de apoyo y acompañamiento inmejorable. Gracias a esa energía es que el nivel de implicación y compromiso se ha mantenido hasta el final.

También el canal de comunicación digital facilitado por el Centra y **su equipo humano** han sido capitales en este proceso, personas entusiasmadas con la iniciativa que han estado pendientes en todo momento de que la logística de organización y la gestión de la plataforma estuvieran siempre en funcionamiento y preparadas para unas sesiones que se han ido calendarizando sobre la marcha, porque para este proyecto era vital que la participación de las personas fuera real, incluso a la hora de determinar la ubicación de las sesiones. La implicación de todo el equipo ha sido la clave de que un proyecto como el Junior Sociology Lab haya podido concluirse con éxito. En este sentido, cabe una mención muy especial **a la dirección del Centra** que creyó y apostó por una iniciativa innovadora como ésta que, precisamente por serlo, no cuenta con ejemplos previos testados que demuestren de antemano los resultados que puede llegar a ofrecer, por lo que la labor de las personas que financian estas iniciativas es la de ser pioneros y pioneras en sus disciplinas.



# También hay espacio para la mejora

Como toda iniciativa que se inicia, es importante hacer un balance que permita detectar que nuevos espacios de oportunidad y mejora puede ofrecer un proyecto que no se agota en sí mismo. A continuación, se recogen algunas recomendaciones:

- Los perfiles que mejor han seguido el ritmo de las mentorizaciones y que han sabido sacar más rendimiento de lo aprendido en el diseño de sus propuestas, ha sido el alumnado egresado. Las personas que estaban cursando un máster han demostrado una continuidad más lineal, probablemente porque ya tenían destinado este año a su formación y no se han visto en la necesidad de incorporar más compromisos. El proyecto ha demostrado viabilidad para conciliación con los ritmos de un máster. Las personas egresadas ya incorporadas al mercado laboral han registrado menos consistencia en su continuidad, motivado habitualmente por la incompatibilidad de algunos turnos de trabajo con los horarios de las mentorizaciones. Estos perfiles también estaban más abiertos a incorporar nuevas responsabilidades laborales, puesto que la prioridad de recibir ingresos ha rivalizado, en alguna ocasión, con la de continuar su proceso formativo y la oportunidad que este proyecto le ofrecía. Las personas que cursaban el último año de sus grados son quienes han mostrado un mayor estrés a la hora de conciliar su formación reglada con esta actividad y también, menos madurez en la asimilación de contenidos. **Recomendación: apostar por perfiles egresados que estén cursando algún máster, mientras más profesionalizante el máster, mayor conexión encontrarán con la aplicabilidad del Junior Sociology Lab.**
- Para esta edición, no se plantearon temáticas a priori, al objeto de explorar los intereses de los y las participantes. Sin duda, este enfoque a cumplido su objetivo, pero quizás ha ralentizado un poco la puesta en marcha de los grupos en la elaboración de los diseños y va a dificultar el proceso prospectivo posterior, de contactación de entidades interesadas. **Recomendación: cabría experimentar cuál podría ser el resultado si se pudieran ofrecer temáticas prefijadas, incluso, intereses de entidades concretas, que conociendo esta actividad, propongan temáticas que pudieran ser pertinentes para ellas.**
- Ahora que se tiene conocimiento sobre el funcionamiento de esta actividad, para siguientes ediciones, sería **Recomendable: establecer una calendarización más concreta de hitos a conseguir en cada fase, para que los grupos no acumulen al final el diseño formal de las propuestas.**

- Se ha observado en los grupos que han participado en esta edición, verdaderas dificultades a la hora de establecer un "estado de la cuestión" y el aterrizaje de sus ideas a objetos de estudio concreto, eso ha ralentizado en algunos casos la incorporación *in situ* de los conocimientos al proyecto concreto. **Recomendación:** **después de abordar las primeras sesiones de mentorización (destinadas a mostrar la diversidad de la sociología aplicada) dejar un espacio de tiempo para trabajar con la coordinadora del proyecto la elaboración del estado de la cuestión y el aterrizaje de la idea, para después concentrar el resto de las sesiones en 3 mentorizaciones al mes, de modo que se acelere el proceso de incorporación de la mentorización a los diseños.**
- El canal online ha sido el salvavidas de las actividades desarrolladas desde marzo de 2020, pero ha contado con limitaciones importantes, sobre todo relacionadas con el nivel de trabajo con los y las participantes y es que la formación presencial es una aliada en este tipo de proyectos. **Recomendación:** **siempre que el contexto lo permita, establecer en el calendario un número determinado de sesiones presenciales, ubicadas de manera estratégica a lo largo del proceso, buscando con ello crear/cohesionar al grupo y motivar.**
- Sin embargo, los obstáculos provocados por los problemas de conectividad y disponibilidad de dispositivos no son superiores a la ventaja que ofrece un formato online que no cuenta con límites territoriales. El canal telemático ha permitido seguir el proceso no importara los cambios del contexto ni de ubicación que hayan tenido que realizar las personas que han participado y, sobre todo, ha permitido ampliar la diversidad de las personas que han mentorizado. **Recomendable:** **ampliar la diversidad del equipo de mentorización, incorporando perfiles internacionales que aporten variedad y amplitud de miras a los diseños de investigación.**

# Se puede ir más allá

El diseño del Junior Sociology Lab ha supuesto el producto mínimo viable de una iniciativa que puede llegar a tener un recorrido longevo a la que incorporar diferentes productos y servicios que aporten un valor añadido a la institución que la albergue.

**El Junior Sociology Lab puede convertirse en un espacio de formación continua para los y las profesionales que quieran desarrollar profesionalmente la Investigación Social Aplicada en el ámbito privado, abriéndose a otras provincias andaluzas.**

**Andalucía podría ser referente en el campo de la Investigación Social Aplicada en el ámbito privado. Convirtiendo este proceso formativo en un reclamo para participantes de otras comunidades autónomas.**

**El CentrA podría encontrar una fuente inagotable de proyectos de Investigación Social Aplicada y dar la oportunidad a investigadores e investigadoras noveles, para llevar a cabo sus primeros proyectos, a partir de la financiación de aquellos que sean pertinentes para la institución (premios, concursos).**



# JUNIOR SOCIOLOGY LAB

---



**Junta de Andalucía**

Consejería de la Presidencia,  
Administración Pública e Interior

CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES



## Informe final

2021