

Protocol for ethnographic research

A protocol was designed by InterGedi research members in order to carry out ethnographic studies focusing on contextual information about the international research projects participating in the Horizon2020 framework.

The protocol included below contains the questions used in semi-structured interviews to researchers that belong to the research projects included in the EUROPRO digital corpus. For ease of use, the protocols are written in English and Spanish.

Explicit consent was provided by participants through a consented report designed for our current project and complying with our *Ethical guidelines for the research of digital discourse and digital data treatment*. Participants voluntarily agreed to the recording of the semi-structured interviews.

INTERVIEW PROTOCOL

I. Funciones, características, estructura

1. ¿Cuáles son las principales razones para hacer una página web?
2. ¿Cuáles son las principales funciones de la página web de un proyecto de investigación europeo?
3. ¿Qué secciones de tu página web son las más relevantes? ¿Por qué?
4. ¿Qué características o aspectos hacen que una web de un proyecto de investigación europeo/internacional sea efectiva?

II. Procesos de escritura, creación y actualización de contenido

5. ¿Puedes describir el proceso de toma de decisiones para el diseño de la web del proyecto de investigación europeo al que perteneces?
6. ¿Qué consideraciones se tienen en cuenta a la hora de diseñar la página; por ejemplo de cara a un determinado sector o una determinada empresa? Cuando estás tomando las decisiones, ¿qué aspectos tratáis de priorizar?
7. ¿Cuándo se actualiza el contenido de la web? ¿Qué secciones son las que más se modifican?
8. ¿Quién se encarga de redactar los textos más dinámicos de la página web (noticias, entregables, etc)? ¿Contratáis a alguien? ¿Les ayuda alguien con la traducción o la redacción de los mismos?
9. Las páginas de presentación (Home, Project, About us, etc) que son más estáticas, ¿quién las escribe?

III. Audiencia y tráfico a la web

10. ¿Quién es el público o audiencia objetivo de estas webs?
11. ¿Creéis que las webs consiguen llegar a ese público objetivo?
12. ¿De qué manera intentáis atraer a esa audiencia hacia vuestra web o llegar a nuevos destinatarios?

13. ¿Intentáis adaptar los textos a una audiencia no especializada?
¿De qué manera?
14. ¿Utilizáis otras redes sociales: Twitter, Facebook, Youtube, etc?
15. ¿Utilizáis palabras clave para los buscadores?
16. ¿Cómo controláis el número de visitas? ¿Se considera esto un criterio clave para evaluar las webs?
17. ¿Investigáis los factores que inciden en el número de visitas?

IV. Visibilidad e identidad digital

18. ¿Crees que la página web es un mecanismo efectivo para que el proyecto sea más visible? ¿Es una inversión (de tiempo/dinero) rentable?
19. ¿Qué tipo de identidades o valores tratáis de proyectar?
20. ¿Crees que las webs de proyectos se asemejan a las webs corporativas?

V. Recursos

21. ¿Consideras que se tiende cada vez más a la comunicación audiovisual?
22. ¿Por qué se incluyen imágenes o vídeos en determinadas ocasiones? ¿En qué secciones crees que tiene más sentido?
23. ¿Qué criterios/proceso seguís para elegir las imágenes, vídeos?
24. ¿Cuál es el objetivo de los entregables?
25. ¿Qué consideraciones o criterios tenéis en cuenta para su elaboración?

Related conference presentations:

Lafuente-Millán, E. 2021. Promotion and evaluation in H2020 and corporate websites: a multiple perspective of analysis. *Ninth Brno Conference on Linguistics Studies in English: Patterns and Variation in English Language Discourse*. Masaryk University, Brno, Czech Republic, 16-17 September 2021.

To read more about the presentation click [HERE](#)

