



IV CONGRESO NACIONAL DE METODOLOGÍA DE  
LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN  
**SIMPOSIO PROYECTO MAPCOM:  
RESULTADOS FINALES**  
**23 Y 24 DE NOVIEMBRE DE 2017**  
EN LA UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLÓN



# “Metodologías Avanzadas de Investigación en Comunicación y Ciencias Sociales, la revolución de los instrumentos y los métodos, Qualtrics, Big Data, Web Data et al.”

**Prof. Dr. Félix Ortega, USAL**

**Prof. Dra. Ana Azurmendi, UNAV**

**Prof. Dra Mercedes Muñoz-Saldaña, UNAV**

[fortega@usal.es](mailto:fortega@usal.es)

*Castellón, UJI, 23 de Noviembre de 2017*



UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Universidad  
de Navarra



# Índice:

1. Introducción,
2. Investigación/ Metodología.
3. Resultados y Casos de Estudio.
4. Conclusiones

# 1. Introducción

En la última década surgen en nuestro entorno cultural y científico **nuevas aproximaciones instrumentales y metodológicas**.

Presentamos en este artículo mediante cinco **casos de estudio asociados** a metodologías e instrumentos avanzados de “recopilación de datos estructurados y mediante targets y objetos de análisis definidos”

o Caso 1 y 2) Caso I “TV-Spain-Usal-Unav” y Caso II “Henar-Usal-OCA”

o Caso 3) Caso III “Big Data-Usal-Autocop”,

o Caso 4) Caso IV “Mapcom”

o Caso 5) Caso V , “Webdatanet-Webdatametrics Usal”

Introducimos brevemente estos ejemplos y analizamos las **Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades** que las nuevas aproximaciones científicas mediante **instrumentos avanzados, metodologías de análisis automático, machine learning, algorítmico, Big Data e Inteligencia Artificial** pueden ofrecer a los investigadores en comunicación y ciencias sociales afines.

## 2. Investigación/ Metodología

Cuatro tendencias de consolidación del **nuevo canon investigador**, de raíz netamente funcionalista y plenamente científico-técnica:

1. Tendencia hacia la **pérdida del valor de la teoría** y hacia la **primacía de los aspectos metodológicos**.
2. Tendencia hacia la **institucionalización e internacionalización** de un canon investigador único.
3. Tendencia hacia el **avance del campo** mediante el recurso a la **replicación**.
4. Tendencia hacia un **empirismo cuantitativo**.

Estas cuatro tendencias evidencian el ya advertido **valor instrumental de la teoría** en virtud de una mal comprendida primacía del objeto de estudio, así como la **implícita imposición de un modelo único de ciencia social**, con intereses **especialmente explicativos**, a través de la institucionalización e **internacionalización del canon investigador**.

Tabla 1. Capturas de imagen de la plataforma Qualtrics-Survey caso “TVSpain-Usal-Unav”.

The figure consists of three screenshots from the Qualtrics Survey Project interface:

- Top Screenshot:** Shows the 'Edit Survey' page for 'Encuesta sobre TV Pública Nacional y Autónoma en España año 2017'. The survey is currently locked. A question Q0 is visible, which is an introductory text block.
- Middle Screenshot:** Shows the 'Preview' view of the survey. Question Q0 is the introductory text, and Question Q1 asks for the respondent's age range, with options '14 a 19 años' and '20 a 24 años'.
- Bottom Screenshot:** Shows the 'Report' view for question Q8. The question asks respondents to rate different types of content on a scale of 1 to 10. A horizontal bar chart displays the distribution of responses for various content types.

**Fuente:** Elaboración propia a partir del acceso a la Plataforma *Qualtrics Survey Project*. Se muestran capturas de pantalla de menú, edición de la Encuesta-Proyecto, Previsualización y Visualización de Informes con exportación gráfica.

Tabla 2. Capturas de imagen de Caso “Henar-Usal-OCA”, Herramientas narrativas para reducir el prejuicio.

The image shows two screenshots. The top one is the homepage of the 'Observatorio de los Contenidos Audiovisuales' website, featuring a navigation menu and a large header with the text 'OBSERVATORIO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES' and a red TV icon. The bottom screenshot is a video presentation slide titled 'Proyecto I+D+I Herramientas narrativas para reducir el prejuicio (HENAR)' by Juan José Igartua, with contact information for the Observatorio de los Contenidos Audiovisuales at the University of Salamanca.

Quiénes somos El equipo Servicios y técnicas Investigación ▾ Novedades Formación Contacto Español English

# OBSERVATORIO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES

“Qualtrics como herramienta de Investigación en la Universidad y la Empresa”  
Seminario organizado por el Vicerrectorado de Investigación y Transferencia  
Universidad de Salamanca

## Proyecto I+D+I Herramientas narrativas para reducir el prejuicio (HENAR)

Juan José Igartua  
Observatorio de los Contenidos  
Audiovisuales  
Universidad de Salamanca  
[jgartua@usal.es](mailto:jgartua@usal.es)

Gran Torino (2008)

Video Presentacion QUALTRICS USAL 2016

Fuente: Elaboración propia a partir de capturas y enlaces a la web del GIE, OCA, Observatorio de Contenidos Audiovisuales, [www.ocausal.es](http://www.ocausal.es) y su canal de youtube <https://www.youtube.com/watch?v=ZrOxULCLHsI> Video presentación del proyecto “Henar” en plataforma Qualtrics, Prof. Dr. Juan José Igartua Perosanz.

Tabla 3. Capturas de imagen del proyecto “Big Data Autocop-Usal-OCA”.



Fuente: Elaboración propia a partir de la captura de pantalla del proyecto en la web del OCA [www.ocausal.es](http://www.ocausal.es). Más información en (Arcila & Ortega, 2016 y 2017) sobre Big Data y Comunicación y Análisis de Sentimiento predictivo.

Tabla 4. Caso “Mapcom” , Herramientas y Métodos para investigar la Comunicación.

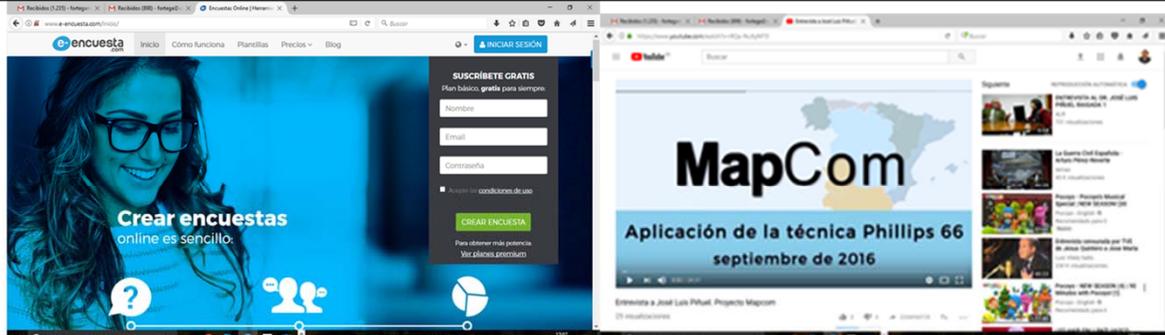
Proyecto I+D financiado por  GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE ECONOMÍA, DESARROLLO E INNOVACIÓN. Auspiciado por  **AEIC**

**MapCom** Inicio Investigación Produccion Científica Investigadores Mapa Noticias Contacto

El sistema de investigación sobre prácticas sociales en Comunicación: mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos

El sistema de investigación sobre prácticas sociales en Comunicación: mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos





Fuente: Elaboración propia, a partir de la web del proyecto y análisis metodológico de las técnicas implantadas. Ver mapcom.es y en particular para la Fase II, Técnica Phillips 66 ver video en enlace anexo y URL <http://www.mapcom.es/investigacion/fase-2>

Tabla 5. Caso “Webdatametrics”.

The screenshot displays the Webdatanet website interface. At the top, there are logos for 'WEBDATANET' and 'cost EUROPEAN COOPERATION IN SCIENCE AND TECHNOLOGY'. Below the logos is a navigation menu with items: 'Webdatanet Home', 'Action Structure', 'Webdatanet events', 'Resources', 'Forum', 'News', 'STSM', and 'Links'. The main content area features a prominent announcement: 'WEBDATANET CONFERENCE 2015' held from '26-28 May 2015, Salamanca, Spain'. To the right, there is a section for 'Latest news of the COST action' with a link to '156 New Webdatanet-AIAS Working Paper' dated 'April 28, 2015'. Below this, a section titled 'June 2011-June 2015' provides a brief history: 'WEBDATANET was approved as an ISCH Action by the Committee of Senior Officials in December 2010. The First Management Committee meeting was held in June 2011 in Brussels.' This section includes logos for 'EUROPEAN FOUNDATION', the European Union flag, 'cost', 'WDM MASTER IN WEBDATAMETRICS', and 'WEBDATANET'. At the bottom of the page, a footer reads: 'WEBDATANET: Web-based data-collection, methodological challenges solutions and implementation. All rights reserved.' The bottom of the image shows a Windows taskbar with a search bar and various application icons, and a system tray showing the time '19:19' and date '27/09/2017'.

Fuente: Elaboración propia a partir de la web de la Accion Cost Webdatanet Project, junio de 2011 a junio de 2015, ver publicaciones y más información en <http://www.webdatanet.eu/>.

## 4. Conclusiones (I)

En pleno siglo XXI surgen y se consolidan en nuestro entorno cultural y científico **nuevas aproximaciones instrumentales y metodológicas digitales** que complementan las tradicionales herramientas "analógicas", no conectadas de análisis estadístico, análisis cualitativo y cuantitativo clásicas de las ciencias sociales.

Hemos presentado cinco **casos de estudio prácticos, instrumentos y metodologías avanzadas e interconectadas** de "recopilación y análisis de datos digitales estructurados asociados a targets, procesos y objetos de análisis definidos" siendo los casos analizados objetos de estudio que van del "small Data"-datos pequeños al "Big Data"-datos grandes-masivos.

Estos casos **representan ejemplos virtuosos de investigación en Comunicación y Ciencias Sociales** afines en los que la explicación, la intervención, la experimentación, la metodología científica han formado parte de una intervención en el *avant garde* de la ciencia.



## 4. Conclusiones (II)

Las **Fortalezas y Oportunidades** que las **nuevas aproximaciones metodológico-científicas** mediante instrumentos avanzados colaborativos online, metodologías de análisis automático, “machine learning”- aprendizaje automático, algorítmicas, Big Data, de las neurociencias, de la Inteligencia Artificial entre otras, ofrecen a los investigadores en comunicación y ciencias sociales son **excepcionales**.

Vivimos inmersos en un **“océano científico”** de la **revolución tecnológica de los métodos e instrumentos de investigación** en comunicación y ciencias sociales.

Estos instrumentos y métodos digitales del “Big y Small Data” ayudan a **re-construir** una nueva realidad para la **investigación en comunicación y ciencias sociales**, una nueva realidad que adelanta un casi cambio de **paradigma** en nuestra área de conocimiento.

## 4. Conclusiones (III)

La ciencia de la investigación en comunicación y ciencias sociales se aproxima a disponer de **metodologías e instrumentos científicos** que ayudarán a dar “más categoría científica”. A la luz de los resultados, realizamos a continuación recomendaciones estratégicas :

1. Inclusión en los planes de estudio de Grados, Máster y Doctorados en Comunicación de **asignaturas e instrumentos analíticos y metodológicos digitales**, de avant garde y próximos a las ciencias sociales más avanzadas.
2. **Capacitación de los grupos de investigación y profesorado** en las nuevas metodologías y técnicas, y tecnologías asociadas.
3. La creación de **laboratorios de investigación en Ciencias Sociales** y en **Comunicación** especializados en técnicas Small and Big Data orientados al análisis de objetos de la Sociedad de la Información y de la era digital.

## 4. Conclusiones (IV)

4. El diseño de **estrategias de "lobby"** orientadas a mejorar las dotaciones presupuestarias para la investigación de los objetos comunicativos en sentido extenso de la palabra en nuestro país y la UE, apoyadas en las sociedades científicas **AEIC** y **ECREA** principalmente.
5. El desarrollo e implementación de **doctorados interdisciplinares e interuniversitarios** para el desarrollo y la capacitación de una nueva generación de investigadores en comunicación **sin carencias metodológicas y técnicas** a la hora de abordar objetos que requieren de estas competencias y capacidades.
6. La capacitación del profesorado investigador en comunicación en el **bilingüismo laboral, investigador y docente**, abrazar la lengua de Shakespeare como vehículo principal de la divulgación científica de la investigación en comunicación.



IV CONGRESO NACIONAL DE METODOLOGÍA DE  
LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN  
**SIMPOSIO PROYECTO MAPCOM:  
RESULTADOS FINALES**  
**23 Y 24 DE NOVIEMBRE DE 2017**  
EN LA UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLÓN



» ¡Gracias por vuestra atención!

» Ocausal.es

» Prof. Dr. Félix Ortega (USAL), [fortega@usal.es](mailto:fortega@usal.es)

» Prof. Dra. Ana Azurmendi (UNAV)

» Prof. Dra. Mercedes Muñoz-Saldaña (UNAV)



Universidad  
de Navarra



UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



Universidad  
de Navarra