
TALLER DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS AVANZADAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES: *Content Analysis* & *UX Usability Testing*; y análisis cualitativo de resultados.

La “**Cátedra Historia de las Instituciones**” de la URJC tiene entre sus objetivos la investigación y la transferencia del conocimiento adquirido mediante el desarrollo de proyectos de investigación aplicada, relativos a los distintos ámbitos de las Ciencias Jurídicas y Sociales, principalmente.

Entendemos que para exigir a los investigadores el diseño y ejecución de proyectos de investigación con rigor científico y académico, debemos ofrecer previamente la posibilidad de acceder a una capacitación adecuada en materia de técnicas y herramientas avanzadas de investigación y análisis cualitativo y mixto.

Al ofertar este Taller, la **Cátedra Historia de las Instituciones** quiere dar la oportunidad a los investigadores de conocer las estrategias y técnicas actuales más relevantes para la realización de trabajos de campo en experimentación social, facilitando a los investigadores novales autonomía en el diseño y desarrollo de sus propios proyectos de investigación.

Presentación del Taller

Saber las técnicas para tratar con sujetos de estudio es imprescindible en Ciencias Sociales. Son numerosas las acciones en donde los grupos de trabajo (ya sean académicos, empresariales o mixtos) requieren información de primera mano, o donde el enfoque antropológico, etnográfico o psicosocial sea determinante para continuar y/o evaluar las fases de un proyecto de investigación.

Por poner un ejemplo, desde los años 90 en el ámbito privado la tendencia que ha seguido el marketing contemporáneo ha sido unificarse con un nuevo campo, el de la Experiencia de Usuario (UX). Este concepto consiste primero en estudiar el sujeto, ubicarlo en una comunidad emocional, social y demográficamente orientada, identificar sus necesidades, hábitos y deseos (de cualquier tipo relevante al proyecto), para finalmente informar a los desarrolladores de productos/servicios sobre qué experiencias testar (*Social Interaction Research*), con el fin de acomodar mejor la oferta encargada al usuario. Así, estos dos campos, UXR (*User Experience Research*) y UXT (*User Experience Testing*), van de la mano en la mayoría de los encargos actuales en investigación social aplicada y consultoría estratégica.

Por qué un Taller de Técnicas Avanzadas en CA & UXUT

En las últimas décadas, el trabajo de campo y experimentación sociodemográfica siguen una trayectoria cada vez más compleja, haciendo más introspectivas sus estrategias conforme se aplica a distintos campos, con nuevas formas de medir decisiones, gustos y discursos en sujetos de poblaciones de interés. La información que se extrae del trabajo de campo; que va desde la investigación académica con fines psicodemográficos, hasta la investigación de pulsión de compra y hábitos del consumo para empresas que requieren

datos sobre sus consumidores. La obtención de estos datos es determinante a la hora de planificar, invertir, desarrollar, o perfeccionar un producto, un servicio o una política pública.

Diseñar escenarios de estudio experimental con personas reales es quizá una de las circunstancias más difíciles de afrontar por parte de los investigadores, sobre todo cuando necesitamos conocer para su estudio información íntima, emociones profundas o dolorosas, experiencias complejas, hábitos inconscientes, o decisiones de carácter político, etc. Es entonces cuando encontramos que el trabajo de campo se complica para investigadores y analistas, máxime cuando el tema de estudio contiene aspectos éticos, o propio- psicológicos. Las técnicas de experimentación social y *testing* están corroboradas como una ayuda excepcional en la toma de decisiones para conseguir estos fines.

Tras el diseño y recogida de información, viene la delicada parte del análisis de datos y obtención de resultados. NVivo® es un software que se dirige a la investigación con métodos cualitativos y mixtos, puesto que ha sido diseñado para ayudarlo a organizar, analizar y encontrar perspectivas en datos no estructurados o cualitativos, como: entrevistas, respuestas de encuestas con preguntas abiertas, artículos, etc.

Objetivo general

Este taller es práctico y directo, abordando cómo construir escenarios de experimentación social, muestreo, *testing* e investigación de público, de orientación general y aplicada; para obtener unos datos que serán analizados mediante un software específico.

Tiene dos objetivos. En primer lugar, ofrecer a los investigadores y analistas las técnicas y estrategias de experimentación social y *testing* más utilizadas en la actualidad, con la utilidad de profundizar en el análisis de públicos/productos/servicios/políticas/nichos, y decidir entre diferentes opciones de desarrollo para obtener el mejor resultado posible a la luz de la información obtenida por el público de muestra. Mediante el conocimiento de técnicas avanzadas y metodologías socio-diferenciales en testing y muestreo poblacional, este taller ofrece una orientación combinada entre la escuela danesa de Interacción de Usuario (IDF - *Denmark*) y la escuela anglosajona-estadounidense en UX y HC-I.

El segundo objetivo, se centra en ofrecer las habilidades de uso de herramientas informáticas empleadas actualmente en el tratamiento y análisis de información y datos cualitativos y mixtos.

Objetivos específicos

- Reconocer los diferentes tipos de estrategias, escenarios y técnicas experimentales y de muestreo social (*testing*) actuales.
- Saber seleccionar objetivos y recursos, planear escenarios de *testing*, clasificar fases de actividades, segmentar públicos y muestras, y generar reportes de resultados eficaces y útiles.
- Entrar en contacto con el trabajo en equipo aplicado a la experimentación social y *testing*. Profundizar en los pros y contras en aplicaciones de técnicas de *testing* avanzado.
- Reconocer el desarrollo interdisciplinar que está cobrando este campo, para ser capaz de trabajar con profesionales de distintos sectores y desarrollar de forma

autónoma estudios y proyectos de investigación social, utilizando herramientas informáticas de análisis avanzado.

Público Destinatario

Cualquier persona interesada en técnicas de *testing* de grupos sociales, trabajo de campo experimental social, y muestreo de grupos poblacionales. Especialmente dirigido a investigadores, analistas y/o profesionales de ADE, Marketing, Publicidad, Diseño y Ciencias Sociales en general (con especial atención a Antropología, Sociología, RRHH, Marketing, Publicidad y Criminología), centrado en diseñadores de UX, UI, *UX Research*, ergonomistas, economistas y analistas de mercados, *Human-Computer Interaction analysts*, desarrolladores/programadores, ingenieros de software, diseñadores de videojuegos, educadores y pedagogos, psicólogos, psicólogos, estudiantes de postgrado y profesionales de estudios culturales, entre otros.

Requisitos para la admisión en el Taller

Podrá inscribirse al Taller cualquier persona que pueda acreditar estar realizando estudios de post-grado y/o estar cursando estudios de doctorado.

Para participar en este curso no se prevé ningún requisito académico o de conocimientos previos por parte del alumnado.

Localización

Seminario o sala a determinar en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Campus de Vicálvaro; o bien en la sede de Quintana de la URJC.

Fecha de realización

Noviembre (sesiones 1 y 2) y diciembre de 2018 (sesiones 3 y 4), enero de 2019 (sesiones 5 y 6). A establecer los días de celebración de las sesiones teóricas en base a la disponibilidad de espacio en alguna de las dos localizaciones anteriores.

Sesiones y temario

5 sesiones teórico-prácticas y 1 sesión de presentación y defensa de trabajos, y resolución de dudas. En total 6 sesiones de 2 horas y 8 horas de trabajo tutorizado (individual o en grupo) para presentación del trabajo final.

Duración total del Taller 20 horas (1 ECTS), en sesiones de tarde.

Día 1: 16/11/2018 AULA 164

“Gestión documental y Testing Scenario, Efficiency Tags, PTAR Strategy”

Jaime Manera y Alejandro Cardeña

-Presentación general del curso, horizontes y objetivos de las 2 partes.

- El Escenario de Experimentación (*Testing Scenario*): Qué es y cómo prepararlo.
- Testing Cycle*: “PTAR Activity Sequencing” (*Plan, Test, Analysis, Report*) [N].
- Pre-Condiciones al Diseñar una Actividad [K].
- Post-Condiciones al Diseñar una Actividad [K].
- Efficiency Tags*: ME-TE-CE [L].
- Grandes Indicadores . *Performance Markers* . *User Issue Markers*.
- Gráficos y Presentación Cuantitativo-Cualitativa de información.
- Tipos de Reportes y Utilidades [Q].
- Preparación de Grupos y Caso Práctico.

Día 2: 23/11/2018 AULA 26

“Strategical Techniques, Parte I”

Alejandro Cardeña

- Descripción y manejo de técnicas 1-3 [O].
- Actividades con Casos de Análisis: *Strategic Focus Groups*.

Día 3: 30/11/2018 AULA 164

“Strategical Techniques, Parte II”

Alejandro Cardeña

- Descripción y manejo de técnicas 4-8 y 8* [O].
- Actividad con *Markers* en Caso Real de Análisis: *Usability Testing y Qualitative Analysis “Playdead’s INSIDE” (The Game)*

Día 4: 13/12/2018 AULA 259

“Strategical Techniques, Parte III”

Alejandro Cardeña

- Descripción y manejo de técnicas 9-14 [O].
- Continuación de la Actividad con *Markers* en Caso Real de Análisis.

Día 5: 14/12/2018 AULA 259

“Herramientas informáticas de tratamiento de datos”

Jaime Manera

- Descripción y manejo de la herramienta informática.
- Presentación de simulaciones.
- Trabajo individual o en grupo del caso práctico que será base del trabajo final.

Día 6: 25/01/2019 AULA 259

“Evaluación de Trabajos y Cierre del Taller”

Jaime Manera y Alejandro Cardeña

- Presentación y defensa de los trabajos de forma individual o por grupos.
- Resolución de dudas de las partes 1 y 2 del taller.
- Entrega de Certificados de Asistencia.

Evaluación

La evaluación de la aptitud del alumnado participante se hará mediante el trabajo continuo durante el Taller, considerándose la participación activa de las actividades didácticas ofrecidas presencialmente; así como la presentación y, si procede, defensa de una

propuesta de trabajo (individual o colectiva), con el fin de obtener la certificación que reconozca la adquisición de aptitudes y conocimientos por parte de los estudiantes.

Dirección, coordinación y profesorado

Dra. Dña. Alicia Blanco
Dra. Elena Peribañez

Patrocinadores

Cátedra de Historia de las Instituciones de la URJC
Fundación Camilo Prado

Inscripciones

Gratuitas hasta completar el número máximo de alumnos (20), se realizarán mediante escrito a la dirección electrónica:

catedra.historiainstituciones@urjc.es
