

El valor de los datos *The data value*

Daniel tena-parera . Universitat Autònoma de Barcelona, España
daniel.tena@uab.cat

Resumen: La investigación se nutre de los datos que los investigadores obtienen de las fuentes primarias o secundarias. En este texto se pone de relieve una tendencia, poco conocida todavía, consistente en la compartición de los datos de investigación. Es una adición a la publicación científica en Open Acces. Se presenta pues una estrategia que ha de contrarrestar los frenos por parte de los investigadores a compartir sus datos en bruto y al establecimiento de protocolos compartidos para su divulgación.

Palabras clave: Publicidad; relaciones públicas; data sharing

Abstract: The research is nourished by the data that scientists obtain from primary or secondary sources. This text highlights a trend, little known yet, consisting of the sharing of research data. It is an addition to the scientific publication in Open Acces. Therefore, a strategy is presented that must saved the difficulties from the part of the researchers to share their raw data and the establishment of shared protocols for their dissemination.

Keyword: Advertising; public relations; data sharing

EDITORIAL pp. 71-76

como citar este artículo/referencia normalizada

Tena-Parera, Daniel (2019) " El valor de los datos". *Questiones Publicitarias*, 24, pp. 71-76

DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/qp.338>

Una de las tareas más laboriosas en toda investigación es la obtención de los datos brutos que van a ser utilizados para la contrastación de nuestras hipótesis, validar posicionamientos o incluso, generar nuevo conocimiento. Donde decimos tarea laboriosa, en algunos casos podríamos decir, técnicamente compleja, económicamente limitadora, profesionalmente ardua, éticamente poco solidaria... Lo cierto es que obtener datos implica una estrategia para su extracción que a menudo, no se ve recompensada más que por la satisfacción de haber obtenido a partir de ellos, algunos resultados y habernos permitido realizar nuestra investigación. Por lo general, esos datos quedan ahí, infrutilizados y a menudo, olvidados.

Pues bien, en la actualidad, se plantea un nuevo escenario respecto de los datos, de su obtención y de su amortización. Nos referimos a la compartición de los datos "Data Sharing" que han sido obtenidos para una investigación de manera que puedan ser utilizados por otros investigadores en otras investigaciones (Fienberg et al, 1995). Es decir, el Data Sharing se refiere al intercambio de datos que nuestra investigación ha elaborado a partir de la investigación de campo, o de la recolección de las fuentes primarias (entrevistas, investigación participante...) o incluso que hemos obtenido de las fuentes secundarias (análisis de contenidos...) con otros investigadores para que a partir de esos datos, se pueda seguir investigando en otros objetos de estudio, o se pueda replicar nuestra investigación. Así pues, nuestros datos "en bruto" estarán disponibles para para ser usado por otros investigadores.

DATOS EN BRUTO

En primer lugar, hay que establecer que de lo que estamos hablando es de fuentes documentales para la investigación. En este sentido tenemos que considerar como datos en bruto a las fuentes documentales primarias y las secundarias. Por fuentes primarias debemos considerar todas y cada una de las informaciones que los investigadores pueden obtener directamente de la fuente. Es decir, el estudio de campo, las entrevistas, la observación directa. En definitiva, todo aquel dato obtenido directamente de la fuente. Por otro lado, debemos hablar de las fuentes secundarias como aquellas que han estado elaboradas por terceras personas a partir de otras fuentes secundarias o también, a partir de primarias. En este grupo encontramos informes, ordenación de datos... en definitiva, cualquier documento publicado o no que nos permita realizar una investigación.

En este sentido, una de las cuestiones relevantes sobre la compartición de datos es determinar qué son y qué no son datos. No son datos de investigación y, por tanto, no susceptibles de ser compartidos los borradores para la elaboración de un artículo, ni los análisis preliminares, ni los proyectos de una investigación, ni las revisiones por pares, ni ninguna otra información entre miembros de un grupo de investigación. Pero sí lo son los datos estadísticos, los datos tabulados, los contenidos "en bruto" a partir de los cuales realizamos una investigación.

Así, los datos pueden ser de carácter cuantitativo y cualitativo. Entre los primeros encontramos los datos obtenidos de cuestionarios estadísticos que pueden ser de organizaciones públicas o privadas. Así el Instituto Nacional de Estadística (INE) o el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) ofrecen un gran volumen de información en bruto. Del mismo modo, podemos encontrar datos vinculados con entrevistas, focus group o test de percepción, entre otros sistemas de recogida de información que pueden ser considerados como datos en bruto.

En este punto, nos aparece un inconveniente que debemos sortear con la mejor de las intenciones y el mejor de los planteamientos posibles. Nos referimos al posible pensamiento negativo sobre esta cuestión en el sentido de: ¿Por qué voy a ofrecer de manera gratuita los datos en bruto que tanto me ha costado obtener? Hoy en día, donde casi nada es gratuito, ¿voy a regalar mis datos? Es un pensamiento natural, humano pero que adolece de perspectiva y ciertamente, también de carácter científico. Si nos adentramos en otros ámbitos para observar como se trabaja, es bien conocido que, en diseño, el creador suele "inspirarse" en los trabajos de los otros. Es decir, cuando alguien propone alguna solución, poco nos cuesta asumirla de manera consciente o incluso, de manera inconsciente. O si lo ponemos en el plano científico, está bien articulado aquella fundamentación que se basa en los logros de otros investigadores, siempre y cuando se citen pertinentemente. Pues bien, si las ideas y conceptos son cogidos de otros; ¿por qué los datos no?

Es bien cierto que las organizaciones dedicadas a ofrecer datos, generalmente, datos estadísticos de carácter poblacional y económico, poseen políticas diferentes y bien delimitadas respecto

al uso de los datos. Si los datos proceden de organismos públicos, dado que se han obtenido con financiación pública deberían ser públicos. Por el contrario, eso no sucede siempre así, bajo el precepto que esos datos tienen un valor estratégico. Además, si se trata de una organización privada, por lo general, esos datos difícilmente serán disponibles a no ser que exista un compromiso de responsabilidad social de esa organización. Y, ¿qué decir de los datos que sobre nuestro trasiego en el entorno de las redes sociales o en internet reporta a ciertas organizaciones?

No parece que la tendencia de mercado sea la de compartir los datos. Sin embargo, la transparencia debe ser una cualidad del método científico y, en consecuencia, siempre se debería poder acceder a los datos que cualquier investigación científica ha realizado. Así pues, en entornos académicos, en dinámicas de la publicación de los artículos científicos en revistas científicas, debería ser una de las primeras premisas: si un trabajo científico aporta sus resultados y conclusiones, valida sus posicionamientos e hipótesis, explica su metodología y realiza una correcta fundamentación; debería también facilitar los datos en bruto. Un ejemplo de esa buena práctica es la de disponer los datos en la confección de una tesis doctoral; datos estadísticos en estudios cuantitativos o bien el literal “*verbatim*” en una entrevista en profundidad en los estudios cualitativos.

INTERCAMBIO DE DATOS

El Data Sharing consiste en la actividad de facilitar los datos de una investigación para que puedan ser utilizados por otros investigadores. Es decir, se trata de compartir e intercambiar los metadatos que toda investigación posee. Según información contenida en la webside de The Royal Society “... es una condición de la publicación que los autores pongan a disposición los datos, el código y los materiales de investigación que respaldan los resultados del artículo” (<https://royal-society.org/journals/ethics-policies/data-sharing-mining/>; Fecha de consulta: junio 2019).

En determinados ámbitos del conocimiento, esta es una tendencia al alza. En concreto, en el mundo anglosajón, ya se da por hecho que en determinadas áreas como puede ser el de las ciencias de la salud el data sharing sea una ventaja. Y no es el único ámbito, también el tecnológico puede ser un buen ejemplo.

Es por ello que cada vez más, más revistas científicas requieran a los autores que son revisados por pares compartan cualquier información complementaria (datos sin procesar, métodos estadísticos o código fuente) necesarios para comprender, desarrollar o reproducir la investigación que se desea publicar.

Sin embargo, la compartición no se requiere como requisito obligatorio y, en consecuencia, dependen de la voluntad de los autores e investigadores. Además, pueden existir limitaciones de carácter legal para la compartición de datos: protección de datos, intereses de propiedad, la confidencialidad o el uso inadecuado de los datos.

Dado que los datos y su uso es un campo de gran interés por su condición de factor estratégico para el desarrollo e innovación las revista científicas e instituciones que subvencionan las investigaciones cada vez van a ir estableciendo políticas orientadas a los autores e investigadores para que compartan los datos de sus investigaciones. Todo ello, va a estar favorecido por el desarrollo de las tecnologías de la información y del uso de ella en acceso abierto.

COSTE BENEFICIO

Un bienpreciado en la investigación es el reconocimiento por parte de los otros del trabajo realizado. La confianza de la comunicada científica se puede ver incrementada si los datos utilizados son compartidos.

Naturalmente que existen aspectos positivos y negativos. En el Data Sharing hay determinados costos, pero también podemos detectar ciertos beneficios.

En primer lugar, compartir datos nos permite mayor disponibilidad para el estudio, análisis y establecer buenas estrategias de investigación; y finalmente, mayor tiempo para la transferencia.

También hay que tener presente que los investigadores no saben que pueden hacerlo o, incluso no quieren compartir sus datos en verlo una desventaja para ellos.

Los frenos actuales a la expansión del datasharing provienen de que en la actualidad no hay normas ni políticas comunes al respecto. En consecuencia, se debe trabajar protocolos comunes para el data sharing; infraestructuras fáciles de usar, fomentar la necesidad de la compartición y citación de los datos y, naturalmente, asegurar la calidad de los datos compartidos (Sixto et al, 2019)

Por otro lado, el intercambio de datos también permite y fomenta la socialización de la ciencia, de la misma manera que internet socializó la producción de contenidos.

Por lo que respecta a los costos o riesgos asociados a la compartición e intercambio de datos aspecto de los riesgos podemos indicar que disponer los datos en acceso abierto requiere de infraestructuras y que éstas funcionen adecuadamente. Y, todavía hoy hay preguntas: quien deberá tener acceso (¿solo investigadores cualificados?); ¿será un trabajo de los especialistas bibliotecarios o documentalistas que han estado organizando y clasificando el conocimiento conocido?

Va a ser necesario establecer estándares comunes, para cada disciplina científica, sobre el tipo de datos a compartir, la manera de hacerlo y como se guardarlos.

Lo cierto es que el trabajo futuro en la compartición de datos debe estar soportado por el claro equilibrio entre el coste/beneficio.

El espíritu que subyace en el planteamiento del Data Sharing es el de la “ciencia abierta”. Es decir, el que pretende unir la producción y obtención de datos con los posibles usuarios de esos datos. Así se orienta la investigación científica hacia la ciencia como bien público, universal y socializada.

PRINCIPIOS

Si el data sharing ha llegado para no irse, bien está que nos pongamos en la correcta sintonía. En este sentido, a continuación, indicamos los factores principales que podrían seguirse, y que se basan en la ICSU-WDS (Dyrad, 2019):

1. Los datos, metadatos, productos e información deben ser compartidos de manera total y abierta, sujetos a las leyes y políticas jurisdiccionales nacionales o internacionales, lo que incluye respetar las restricciones vigentes apropiadas y de acuerdo con los estándares internacionales de conducta de investigación ética.
2. Los datos, metadatos, productos e información producidos por una investigación, se pondrán a disposición con un mínimo de tiempo y sin costo alguno, o por no más del costo de la difusión.
3. Todos los que producen, comparten y usan datos y metadatos son administradores de esos datos, y tienen la responsabilidad de garantizar que la autenticidad, la calidad y la integridad de los datos se conserven, y el respeto por la fuente de datos se mantiene garantizando la privacidad cuando sea apropiado. y alentando la cita apropiada del conjunto de datos y el trabajo original y el reconocimiento del repositorio de datos.
4. Los datos deben etiquetarse como “sensibles” o “restringidos” solo con la justificación apropiada y siguiendo protocolos claramente definidos, y en cualquier caso deben estar disponibles para su uso en la base menos restrictiva posible.

A éstos, podemos añadir también, algunos preceptos que deberán estar presentes y que en este caso son aportados por The Royal Society (2019):

5. Los conjuntos de datos y el código deben depositarse en un repositorio apropiado, reconocido y disponible públicamente. Cuando no exista un repositorio específico de datos, los autores deben depositar sus conjuntos de datos en un repositorio general como Dryad o Figshare.
6. Las excepciones al intercambio de datos, códigos y materiales pueden otorgarse a discreción del editor, especialmente para información sensible como datos de sujetos humanos o la ubicación de especies en peligro de extinción. Los autores deben revelar, previa presentación del manuscrito, cualquier restricción sobre la disponibilidad de datos, códigos y materiales de investigación.
7. Cuando sea posible, el depósito debe hacerse antes de la publicación “bajo embargo” hasta la publicación del artículo.
8. Los conjuntos de datos y el código que se han depositado en un repositorio externo deben citarse adecuadamente en la lista de referencias y en la sección de accesibilidad de datos. En este sentido, se sugiere el modelo de citación según “The Vancouver style”: Torres-Campos I, Abram PK, Guerra-Grenier E, Boivin G, Brodeur J. 2016 Data from: A scenario for the evolution of selective egg colouration: the roles of enemy-free space, camouflage, thermoregulation, and pigment limitation. Dryad Digital Repository. (<https://doi.org/10.5061/dryad.5qt2k>)

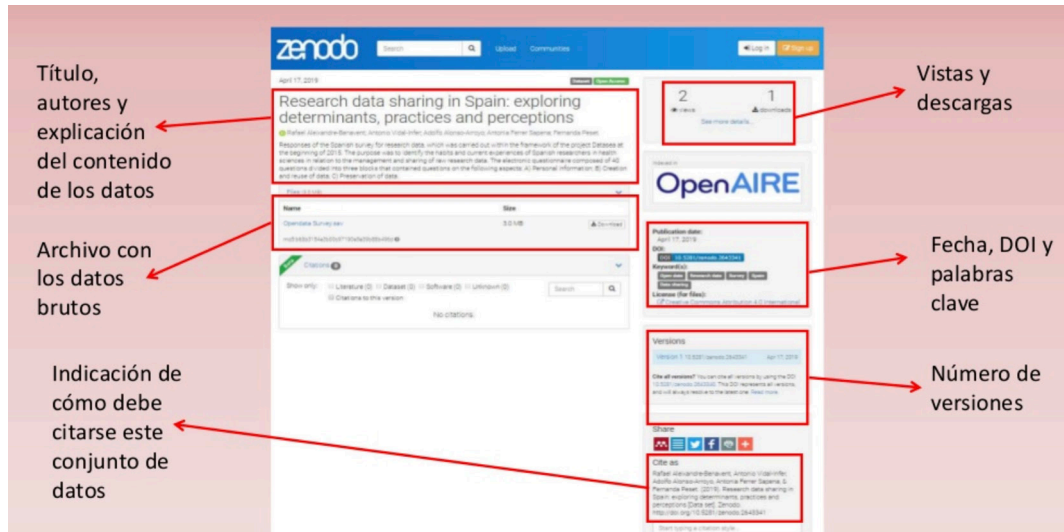


Fig. 1 ZENODO: modelo de recolección de datos para la publicación de artículos. Fuente: Sixto et al: 2019).

VENTAJAS

No queremos concluir esta exposición sin concretar algunas claras ventajas que la compartición de datos nos ofrece y que sin duda van a ser los motores para su implantación. En este sentido podemos concretar los siguientes:

1. Aumento de la transparencia
2. Mayor credibilidad del investigador
3. Mayor Fiabilidad y credibilidad de los resultados
4. Mayor capacidad para replicar las investigaciones
5. Mayor capacidad de verificación de los trabajos
6. Fomento de la participación y colaboración
7. Reducción de los costes de la investigación
8. Optimización de la producción científica
9. Mayor visualización de la investigación
10. Mayor visualización de los investigadores

PLANES FUTUROS

Respecto de los planes futuros y la perspectiva sobre el Data Sharing podríamos convenir los siguientes aspectos:

Progresiva apuesta de las revistas científicas por el datasharing

1. Debe ser una compartición bajo la petición al autor
2. Debe ser como material suplementario a los artículos
3. Debe ser un contenido situado en un repositorio Open Acces

Los modelos a seguir son los modelos multidisciplinares (Zenodo, Dyrad, Dataverse, Figshare) (Fig. 1); y los modelos propios de las ciencias sociales (Inter-university Consortium for Political and Social Research, UK Data, The Qualitative Data Repository; o bien plataformas institucionales (Sixto et al, 2019).

Por el momento, las ciencias y las biomedicinas van a seguir siendo las más proclives a la compartición de datos mientras que las artes y humanidades, y ciencias sociales seguirán sus pasos.

24 PREGUNTAS PUBLICITARIAS

En el número 24 de Preguntas Publicitarias (advertising questions) seguimos con nuestro objetivo de facilitar espacios de debate, de investigación y también de divulgación sobre las distintas cuestiones que el mundo de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación de las organizaciones deben plantearse. Pronto nos postularemos por recuperar los índices de visualización que todos deseamos. En este número presentamos 1 artículo científico (papers), y 5 reseñas.

El artículo de investigación lo firma Laura Grisel Carrillo Sánchez. Desde la Universidad Nacional Autónoma de México Con el título “Gestión de la marca Ciudad de México (CDMX) y su impacto económico” se explora la manera en que la gestión de la marca de la Ciudad de México (CDMX) apoya la búsqueda de competitividad. A través de la se emplea una metodología de análisis documental, exploratorio y transversal que permite comparar la gestión de la marca CDMX, con su posicionamiento y los aspectos económicos.

Como complemento a este “paper” presentamos una reseña sobre la Exposición que el Museo de Diseño de Barcelona inauguró en diciembre de 2018. Con un sugerente título: “El Boom de la Publicidad”; el texto presenta una exposición que hace relevante la coincidencia de la vitalidad de la publicidad en España con la mejora de los procedimientos de producción gráfica sobre cartón, sobre hojalata e incluso sobre cerámica. La exposición hace un recorrido por la publicidad de productos anunciados en escaparates, mostradores, en paredes o en cualquier otro lugar entre los años 1890 y 1950. Son presentadas más de 250 obras de artistas gráficos que permiten observar las estrategias de los contenidos formales y textuales usados por la publicidad de esa época.

Cuatro reseñas más complementan la entrega de este número de *Questiones Publicitarias*. En “Responsabilidad social corporativa. De la noción a la gestión”, Estrella Barrio nos reseña el libro con el mismo título y prologado por Ana María Enrique. Se trata de un manual dirigido a estudiantes, investigadores y profesionales del ámbito de la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) en el que la autora realiza un repaso teórico y práctico de la RSC y su gestión. La obra pretende aclarar el concepto de RSC y cómo son un valor intangible para toda organización.

“Publicidad de sensaciones” es una reseña que realiza Víctor Álvarez de la Universidad de Cádiz. Nos reseña el libro “Funny marketing” editado por Editorial Wolters Kluwer España. El libro que explora la vinculación de la publicidad con el uso del Branded Content. La publicidad como actividad en constante evolución y una de ellas es convertir los contenidos publicitarios en contenidos de marca. Esta publicidad se basa en las distintas estrategias de Branded Content donde el protagonismo recae en la interacción entre el consumidor y la marca. Toda esta propuesta de marketing queda recogida y analizada en el libro reseñado, aportando una visión innovadora y de futuro del medio publicitario.

Por otra parte, María Teresa Gordillo presenta un texto que reseña el libro “Análisis del mensaje publicitario”, un texto que ofrece las claves del análisis semiótico de anuncios publicitarios.

Para finalizar, la reseña del libro “Persuasión y neurociencias. Apelar al cerebro” (Comunicación Social, 2018) que ha realizado Iván Puentes. La reseña reflexiona sobre el contenido y utilidad, tanto profesional como académica, del libro de José Rúas-Araújo y Francisco Javier García-Sanz. Los autores aportan una visión interdisciplinar - superando la clásica división entre “ciencias y letras”- del funcionamiento del cerebro humano y las aplicaciones que de su conocimiento se pueden derivar desde el punto de vista de la eficacia comunicativa, fundamentalmente en el ámbito de la publicidad, la creatividad, el marketing y la comunicación política.

Solo nos queda agradecer a todos cuantos hacen posible este proyecto y esperar que este número sea del interés y utilidad para los lectores. Buena y valiosa lectura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DYRAD (2019) <https://datadryad.org/resource/doi:10.5061/dryad.5qt2k>

Fienberg, S. E., Martin, M. E., & Straf, M. L. (Eds.). (1985). *Sharing research data*. Washington, DC, US: National Academy Press.

Sixto Andrea, Aleixandre Rafael, Alonso Adolfo, Lucas Rut, y Vidal Antonio. (2019). *Hacia un modelo de evaluación de las políticas editoriales sobre uso compartido de datos de investigación en revistas de Ciencias Sociales*. CRECS 2019. Logroño. España

The Royal Society. *Data Sharing and mining* (2019), <https://royalsociety.org/journals/ethics-policies/data-sharing-mining/>