

## Sin filosofía no hay nada: metodologías de investigación en el contexto de la inteligencia artificial

*Without Philosophy there is Nothing: Research Methodologies in the Context of Artificial Intelligence*

**Montserrat Jurado Martín.** Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid; licenciada en Periodismo por la misma universidad; Máster en Dirección y Gestión de Centros Educativos por la Universidad CEU Cardenal Herrera. Desde 2014, es profesora titular en la Universidad Miguel Hernández de Elche en el Área de Periodismo.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0918-2328>

### Editorial

La investigación en las ciencias sociales se encuentra en un momento de transformación sin precedentes. La irrupción de los sistemas de inteligencia artificial (IA) deja sin sentido algunos métodos de investigación, mientras que eleva a nuevas potencialidades otros. La metodología de la revisión sistemática pierde valor. Realizada con un sistema analógico de inclusión y exclusión con operadores booleanos deja el eco de una forma de trabajo artesanal y rudimentaria. Ahora la máquina es capaz en mucho menos tiempo de gestionar toda esta cantidad de información e incluso redactarla sin apenas intervención del ser humano. Parece que sólo nos queda la interpretación de los datos en este proceso en dos momentos: el inicial, para hacernos las preguntas sobre dudas que genera el tema específico y, el final, la reflexión de los resultados que se deriven del trabajo que ha llevado a cabo la máquina.

Aunque parece un trabajo reducido a la mínima expresión, no deja de tener valor. De hecho, los sistemas de IA no son nada sin esta intervención, al menos por el momento. Entra en juego la filosofía, la que se pregunta sobre el todo, sobre las causas, y la que valora las consecuencias. La IA las genera a partir de otros resultados, pero no puede generar nuevos. Estos sólo surgen de la creatividad del ser humano, de la que la IA carece, al menor, de nuevo, por el momento.

La IA interpreta la metodología como caja de herramientas en base a las instrucciones que le damos. El ser humano la emplea como una aproximación a la necesidad de

responder a causas y consecuencias, en definitiva, se trata de un enfoque desde la filosofía, un puente procedimental que conecta la curiosidad del investigador con la validez científica. No basta con querer saber.

Necesitamos aprender a preguntar, mantener la coherencia entre el objeto de estudio y la herramienta elegida, sin perder el rigor en los datos, la profundidad cualitativa, el compromiso con la verdad y con el método científico respaldado en la ética del trabajo bien hecho. Gaitán y Piñuel (1998), mucho antes de la irrupción de la IA en nuestra forma de investigar, afirmaban que la producción de conocimiento científico requiere de una vigilancia epistemológica constante que asegure que nuestras técnicas sean coherentes con la complejidad del hecho comunicativo.

Las metodologías en ciencias sociales, y de manera más específica en los campos de la comunicación y el periodismo, deben adaptarse a estos nuevos métodos sin despreciarlos y con un enfoque realista. En esta línea, Iguartua y Humanes (2004) sostienen que la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos permite una validación cruzada que enriquece la interpretación de los datos. Estos, tratados en ocasiones como símbolos, son fundamentales en la conformación de la conciencia colectiva (Martín, 2004), y su codificación y decodificación ayudarán a entender la ambigüedad en la comunicación entre culturas y abrirá el camino del enriquecimiento científico.

Sin lugar a dudas, esta evolución técnica implica la necesidad de adaptar nuestras formas de investigar a las nuevas ecologías mediáticas (Scolari, 2018); combinando todos los métodos que sean efectivos y eficientes para nuestra investigación. De hecho, es el mejor camino que se puede trazar para concretar el enfoque metodológico y la interpretación de los datos en las investigaciones sociales (Ordoñez, 2025, p. 357). Y siempre, manteniendo un espíritu crítico y cuestionarse las prácticas de investigación: elección de temáticas de estudio, objetivos de los trabajos académicos, abordajes metodológicos, y alcance real de nuestros trabajos en un contexto global (Iguartua, 2017, p. 269).

Este monográfico analiza diversas propuestas metodológicas que están redefiniendo la forma en la que los investigadores interactúan con la realidad. Por una parte, nos encontramos trabajos centrados en la triangulación y los enfoques mixtos, como las propuestas de Felicidad González Sanz y Lara Cabrerizo Sela. De forma más específica y sobre el uso de la IA y su aportación a la investigación, los trabajos de Ana Isabel Beltrán Valbuena, Carlos Sáenz-Torralla, Nuria Sánchez-Gey Valenzuela e Isabel Palomo-Domínguez. Entorno a la representación y los símbolos, los estudios de Marta Medina Núñez, el de Paz Crisóstomo, Nicolás Hernández y Vicente Higuera, así como, el de Zhaolun Li, Cristóbal Fernández Muñoz y Alejandro Álvarez Marín. Finalmente, centrados en la forma y la estética, las investigaciones de Marina Sanz, y Laura González-Díez, Belén Puebla-Martínez y Fernando Sánchez-Pita.

En el orden de aparición destacamos algunos conceptos esenciales que rescatan cada uno de estos trabajos. Pretendemos animar así a su lectura y al enriquecimiento científico, cultural y transversal. En el trabajo de Felicidad González Sanz, titulado *La triangulación como vía para investigar fenómenos audiovisuales complejos: el caso del plano secuencia*, aboga por la triangulación metodológica, ya que permite confrontar lo que la teoría dicta con lo que los profesionales ejecutan y lo que el espectador percibe.

Concretamente defiende que, para abordar un recurso tan denso, es vital combinar la revisión documental, el análisis de contenido, entrevistas y grupos de discusión.

La irrupción de nuevas tecnologías ha abierto horizontes metodológicos que antes parecían ciencia ficción. El trabajo de Ana Isabel Beltrán Valbuena, *Eye Tracking y Respuesta Galvánica de la Piel (GSR) en el estudio del periodismo con IA*, ejemplifica este cambio de paradigma al integrar técnicas de neuromarketing con métodos cualitativos para medir la atención visual y activación emocional de estudiantes de periodismo ante estímulos de IA.

La metodología también actúa como una lupa crítica para analizar la construcción de la alteridad. Marta Medina Núñez, en *Enfoques metodológicos para el análisis de la representación de las personas con discapacidad en la comunicación publicitaria contemporánea*, utiliza la teoría fundamentada y el análisis de contenido para identificar barreras de inclusión.

En una línea de análisis semiótico y discursivo, el trabajo de Paz Crisóstomo, Nicolás Hernández y Vicente Higuera, *Análisis lírico-visual y frecuencias léxicas en la música urbana: una propuesta metodológica para el estudio de narrativas audiovisuales*, propone un modelo mixto que combina un diccionario léxico con una matriz visual de observación, empleando el coeficiente Kappa de Cohen para asegurar la objetividad.

La dimensión intercultural también encuentra su espacio en la obra de Zhaolun Li, Cristóbal Fernández Muñoz y Alejandro Álvarez Marín, *Exploración de las diferencias cognitivas interculturales de los símbolos materiales minoritarios*, donde aplican teorías de codificación y decodificación para entender la ambigüedad en la comunicación entre culturas.

Lara Cabrerizo Sela propone relacionar los comportamientos empresariales con su reconocimiento público mediante un enfoque que combina análisis de contenido, entrevistas y encuestas, resultando en una herramienta replicable para el entorno digital. Su texto lleva por título *Reputación en streaming: un enfoque metodológico mixto para el análisis reputacional de las plataformas OTT*.

En *La Incorporación de la Inteligencia Artificial en el método de la entrevista*, de Carlos Sáenz-Torralba, Nuria Sánchez-Gey Valenzuela e Isabel Palomo-Domínguez, valora la IA como objeto de estudio y como una herramienta que transforma los métodos, concretamente, en el caso de la técnica de la entrevista. Los autores subrayan la necesidad de una integración ética y transparente de la IA para crear metodologías híbridas.

Marina Sanz, en *Diseño visual en productos sonoros de marca: propuesta metodológica para el análisis de carátulas de branded podcast*, desarrolla una ficha que divide el objeto en signos icónicos y plásticos para sistematizar recursos gráficos. Y finalmente, Laura González-Díez, Belén Puebla-Martínez y Fernando Sánchez-Pita proponen en *Lo que cuentan las portadas: una propuesta metodológica para analizar revistas científicas de comunicación* una ficha de diez bloques para examinar la dimensión visual y editorial de forma sistemática para la interpretación de las portadas como representaciones del conocimiento científico.

Si existe una tendencia de contenido en este monográfico es que la comunicación científica está demostrando una gran capacidad para adaptarse a las nuevas realidades tecnológicas sin renunciar al rigor, la ética y una base sólida reflexiva, o descrito de otra forma, revitalizando las raíces filosóficas inherentes al ser humano. Todos los investigadores de este número, de manera directa, indirecta, consciente o inconsciente, están de acuerdo en que el camino a seguir es la combinación de técnicas, sean las que sean y las que depare el futuro. En definitiva, una hibridación meditada.

Necesitamos aprender a preguntar, mantener la coherencia entre el objeto de estudio y la herramienta elegida y no dejar de preguntarnos nunca sobre lo que nos rodea. Dice Warburton (2019, p. 7) que “hace unos 2.400 años ejecutaron a un hombre en Atenas por hacer demasiadas preguntas”. Se refería a Sócrates. El autor recuerda que la sabiduría del padre de la filosofía no consiste en saber muchas cosas o en cómo hacer algo, sino que está basada en la discusión, el razonamiento y el cuestionamiento, para comprender la verdadera naturaleza de la existencia, incluidos los límites que podemos alcanzar.

Hoy en día, los investigadores científicos hemos recogido ese testigo en el que se “examinan distintas razones y evidencias con el fin de llegar a responder algunas de las preguntas más importantes que nos podemos hacer sobre la naturaleza de la realidad” (Warburton, 2019, p. 9). Es el momento de recordar el punto de partida para entender por qué el trabajo final debe ser nuestro y no de la máquina, sin prescindir de ella.

### Referencias bibliográficas

- Gaitán, J. A., y Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Síntesis.
- Iguartua, J. J. (2017). Cuestiones de calidad y metodología en la investigación en Comunicación en España. En B. Díaz Nosty y R. De Frutos (Coords.), *Tendencias en la investigación universitaria española en Comunicación* (pp. 269-286). Thomson Reuters-Aranzadi.
- Iguartua, J. J., y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación de masas*. Síntesis.

### HOW TO CITE (APA 7ª)

Jurado Martín, M. (2025). Sin filosofía no hay nada: metodologías de investigación en el contexto de la inteligencia artificial. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 7(2), 1-4. <https://doi.org/10.35951/v7i2.267>