



Universidad
de Alcalá

Caso de éxito

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN UNIVERSIDAD DE ALCALÁ DE HENARES

MADRID, 2018



séntisis
intelligence

Marca de estudio: Universidad de Alcalá de Henares



La **Universidad de Alcalá** es una institución de renombre internacional y con un rasgo histórico a sus espaldas (fundada en 1499 y reabierta en 1977 tal y como se la conoce actualmente). Desde el 2 de diciembre de 1988 cuenta con el título de *Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO*.

Dentro de su catálogo de proyectos se encuentra el grupo de investigación **Imágenes, Palabras e Ideas**, el cual explora las actividades cotidianas de jóvenes y niños cuando interactúan con los medios digitales, especialmente las redes sociales y los videojuegos. Con estos temas en mente, el grupo liderado por la catedrática Pilar Lacasa realizó una investigación en el campo de Big Data y la IA aplicada al análisis semántico a través de la tecnología de Séntisis.



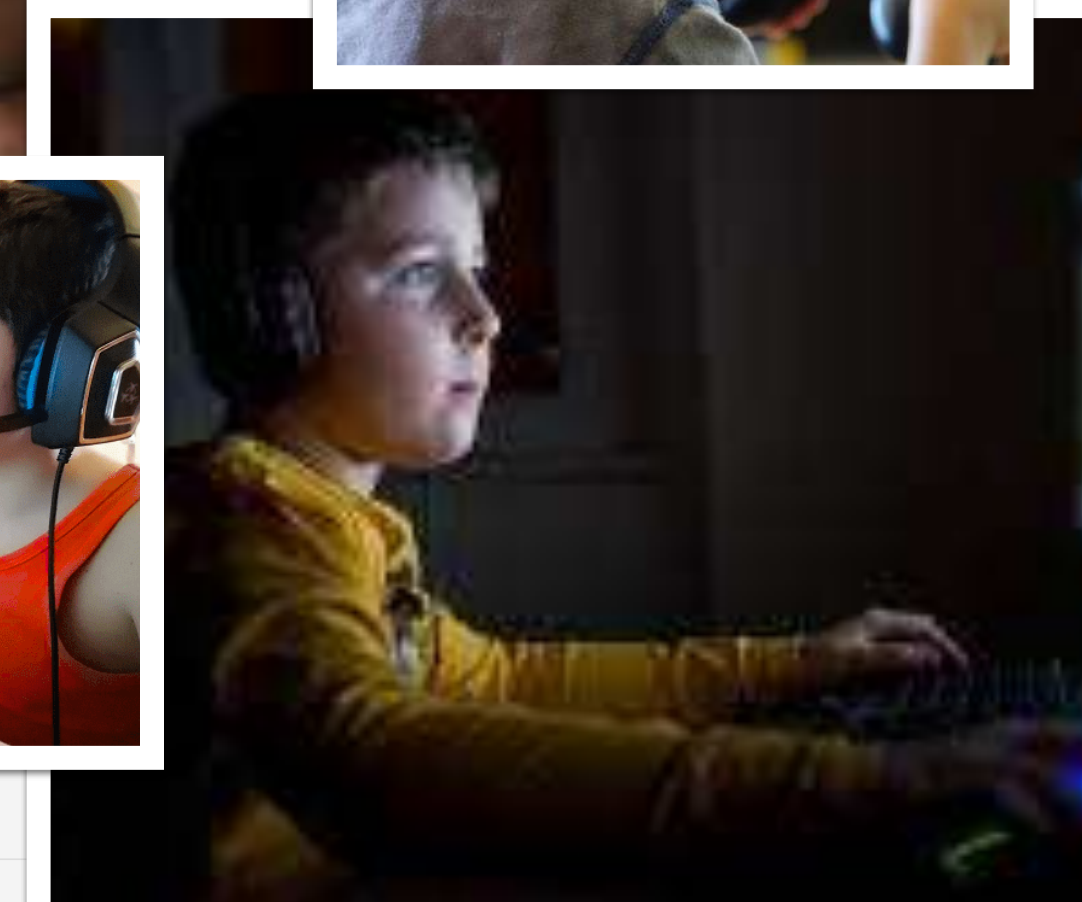
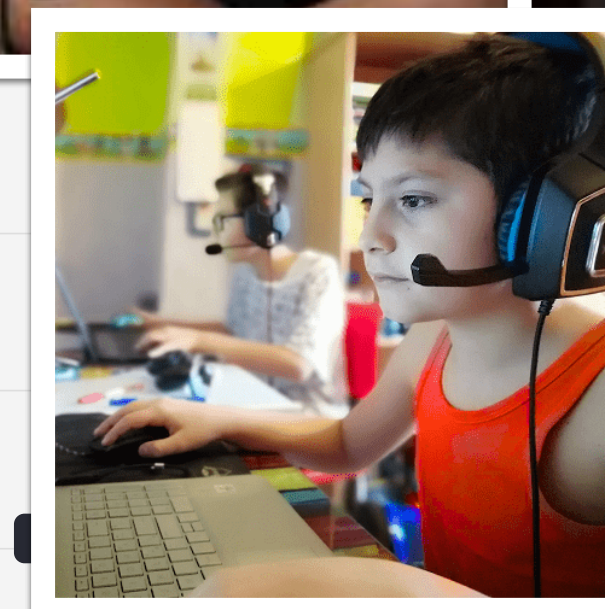
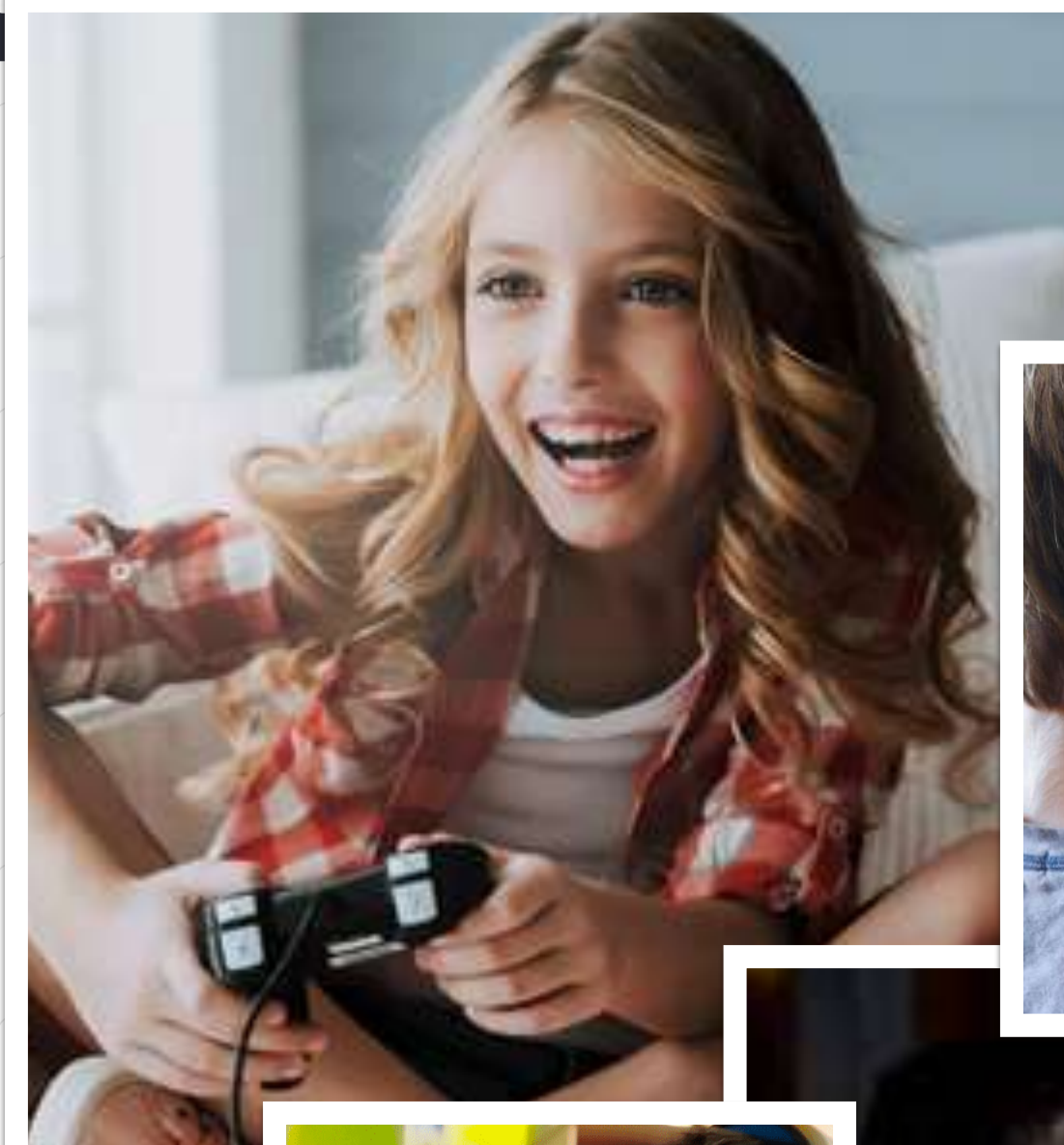
Caso de éxito | Universidad de Alcalá de Henares

Social Media centrado en videojuegos

Uno de los proyectos de investigación en marcha era **analizar cómo se desenvuelve una comunidad de fans en redes sociales**, en este caso, esa comunidad gira en torno al mundo de los **videojuegos**.

Como investigadora, Lacasa trabaja desde una perspectiva cualitativa en base al análisis del discurso del texto escrito en redes sociales. Uno de los problemas que tenía es que **no contaba con herramientas para descargar dicha información**, ni con la visualización de la conversación de diferentes redes sociales en un mismo panel. Además, debido al gran volumen de actividad surgió la necesidad de agrupar esa información, entender qué le estaban diciendo los datos y qué le aportaba desde una perspectiva inductiva.

Necesitaba que la información quedara plasmada y organizada de una forma determinada con el objetivo de interpretar y entender cómo se mueven y cómo han cambiado las comunidades online, las prácticas en el juego, así como la propia interacción entre los jugadores y las empresas, para luego publicarlo en su investigación.



Videojuego Fortnite

La investigadora recurrió a nuestra tecnología *basada en la Inteligencia Artificial cuyo análisis semántico analiza el contexto global de un texto* (intención, sentimiento, temas clave), con el propósito de utilizar nuestro motor de escucha social y poder *analizar y entender cómo se comunica una comunidad de fans a través de redes sociales*, específicamente, todo lo generado *a través del videojuego Fortnite**. Para ello se analizaron 64.567 menciones con una participación de 24.335 usuarios.



Uno de los valores más relevantes fue descubrir cómo funciona Séntisis. El **uso de categorías lingüísticas** enriquecidas con las **manuales fue un factor decisivo junto con el apoyo del analista** para trabajar e ir definiendo progresivamente la clasificación de los datos, y aportando diversas vistas con el **objetivo de plasmar de forma organizada la información de su investigación**.



Caso de éxito | Universidad de Alcalá de Henares

Fortnite, es un videojuego en línea desarrollado por Epic Games y lanzado en 2017. Está disponible en tres versiones de modo de juego distintas que, comparten la misma jugabilidad general y motor de juego:


- ▶ **Fortnite: Save the World**, una torre híbrida cooperativa de defensa, disparos y supervivencia. Juego para hasta cuatro jugadores para luchar contra criaturas parecidas a zombies y defender objetos con trampas y fortificaciones que pueden construir.
- ▶ **Fortnite Battle Royale**, un juego de batalla real gratuito en el que hasta 100 jugadores luchan por ser la última persona en pie.
- ▶ **Fortnite Creative**, en el que los jugadores tienen total libertad para crear mundos y campos de batalla.



Beneficios para el estudio

Los datos de Séntisis permitieron analizar la conversación generada en la red consiguiendo **acercarse de forma más precisa a los contenidos de las conversaciones online.**

Gracias a este proyecto se determinaron los siguientes parámetros:

- **El 76,34% de las menciones del estudio se desarrollaron en** 
- **Un 84% de los participantes son hombres frente a un 16% de mujeres y,**
- **Se comprobó que el 79% de los participantes son menores de 25 años, siendo el juego mas popular entre los más jóvenes.**

Estos registros fueron clave para definir las preguntas de su investigación, vitales para entender el contexto del juego como un conjunto de elementos que se relacionan entre sí y poder interpretar toda esa información desde una perspectiva sociológica, las cuales fueron publicadas en su libro.*



séntisis
intelligence