



*Fundamentos de la
Metodología de la
Investigación*



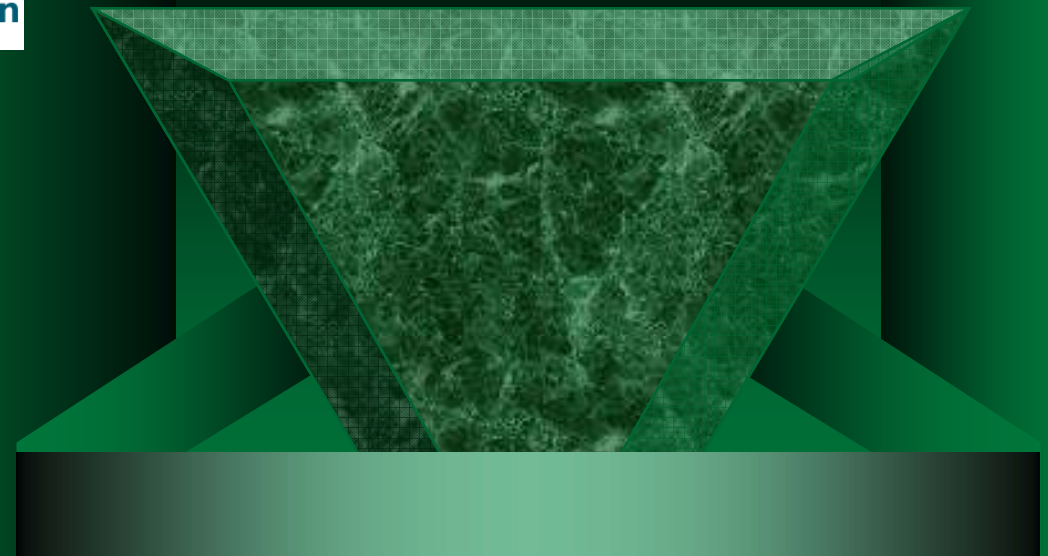
*Metodología
Experimental*



*Metodología
Cuantitativa y
Cualitativa*



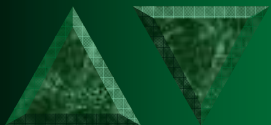
*Recopilación de
Datos*



Metodología de la Investigación

Curso 2004/2005

Prof. Raúl Martín Martín





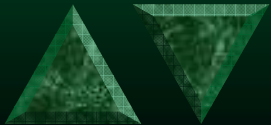
1.1. Investigación en los medios de comunicación

- ◆ Toda investigación comienza con una pregunta básica o problema:

¿Por qué los telespectadores prefieren un programa de televisión a otro?

¿Son eficaces los mensajes en los paquetes de tabaco?

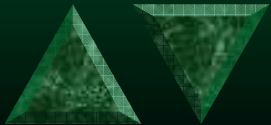
¿Puede una campaña publicitaria persuadir a las personas para que cambien de actitud ante un producto determinado?





Obtención de respuestas:

- ◆ Método de la tenacidad
- ◆ Método de la intuición o conclusión a priori
- ◆ Método de la autoridad
- ◆ Método científico

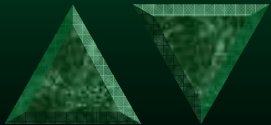


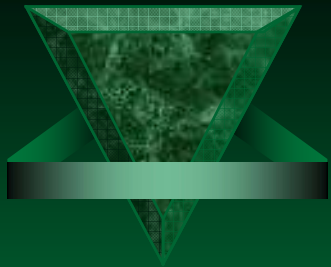


1.2. Conocimiento científico

◆ Características

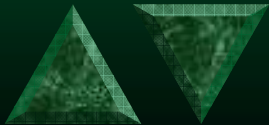
- Público.
- Objetivo.
- La ciencia es empírica.
- Conocimiento sistemático y acumulativo.
- Predictivo

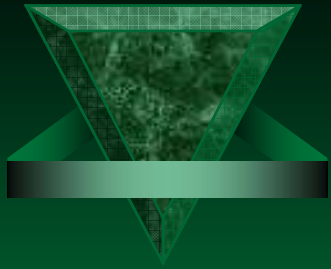




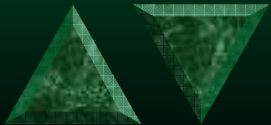
- ◆ Campos de investigación:
 - Comunicación de masas
 - Investigación sobre publicidad y relaciones públicas
 - Investigación sobre los medios audiovisuales

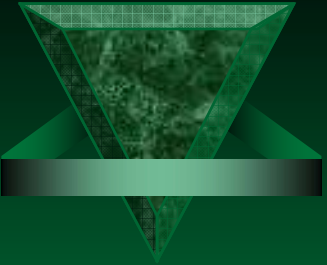
- ◆ La investigación en comunicación :
 - Investigación básica o académica
 - Investigación aplicada o privada





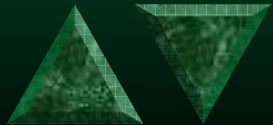
- ◆ Según el objetivo, las investigaciones científicas se clasifican en:
 - Descriptivas
 - Correlacionales
 - Explicativas





1.3. El método científico. Etapas del Proceso de Investigación.

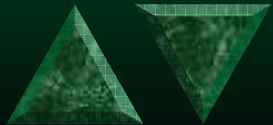
- ◆ Fases en el proceso de investigación:
 1. Planteamiento del problema.
 2. Revisión bibliográfica.
 3. Formulación de hipótesis o preguntas de investigación.
 4. Establecimiento de una metodología apropiada.
 5. Recogida de datos.
 6. Análisis de datos e interpretación.
 7. Presentación de resultados.





1.3.1. Planteamiento del Problema

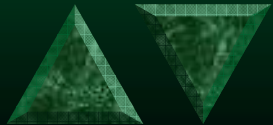
- ◆ ¿Qué es lo que hace que determinados programas de variedades o concursos televisivos resulten tan populares?
- ◆ ¿De qué manera afecta la publicidad al disfrute por la audiencia de una película en televisión?
- ◆ ¿En qué medida es eficaz la publicidad a través de vallas anunciantes?
- ◆ ¿Qué estrategia emplean los candidatos políticos para hacer llegar sus propuestas al electorado a través de los medios?





Características para que un problema sea investigable:

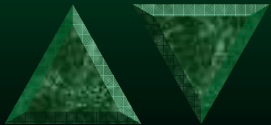
- ◆ Factible.
- ◆ Claro.
- ◆ Adecuado.





1.3.2. Revisión Bibliográfica

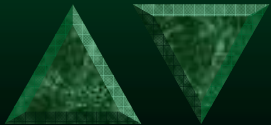
- ◆ La revisión bibliográfica ayuda a una mejor planificación de la investigación
- ◆ Tipos de fuentes:
 - Fuentes generales
 - Fuentes primarias
 - Fuentes secundarias

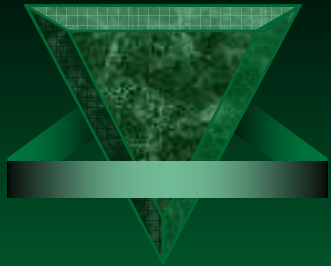




1.3.3. Formulación de hipótesis

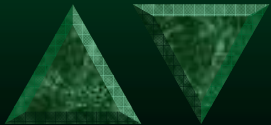
- ◆ Reformular el tema mediante una hipótesis o pregunta a investigar
- ◆ Las hipótesis han de cumplir:
 - Deben expresar relación entre variables
 - Deben ser contrastables empíricamente
 - Deben ser claras y sencillas en su definición
 - El investigador debe basar su hipótesis en la teoría o en la práctica





◆ Preguntas a investigar.

- Se emplean cuando no estamos seguros sobre la naturaleza del problema a investigar.
- No se limita a la investigación entre variables.





Ejemplo

Problema: Averiguar si el contenido de la televisión estimula o inhibe la capacidad de los niños para la actividad simbólica.

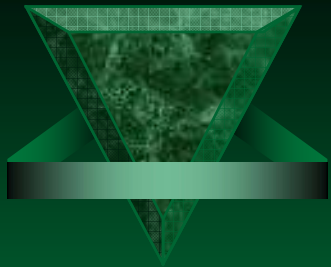
◆ **Preguntas de investigación:**

- ¿El contenido de la televisión enriquece las capacidades imaginativas de los niños ofreciéndoles sugerencias o ideas para juegos de simulación?
- ¿El contenido de la televisión inclina a los niños hacia la distorsión de la realidad?
- ¿En qué medida la intervención o mediación de los adultos, durante o inmediatamente después del seguimiento por los niños de un programa televisivo puede alterar o estimular sus juegos de simulación?



◆ Hipótesis:

- El tiempo que los niños dedican a juegos de simulación, está en relación directa con el tiempo que esos mismos niños emplean en ver juegos de asumir papeles en televisión.
- El grado de distorsión de la realidad experimentado por los niños, se relaciona directamente con la cantidad y tipo de programas de televisión que contemplan.
- Los comentarios que las personas del entorno familiar puedan hacer a los niños antes, durante o después del seguimiento por éstos de programas televisivos relacionados con juegos de simulación, ayudarán a incrementar el tiempo que los niños dediquen a jugar e interpretar papeles simulados.

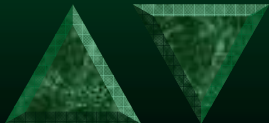


◆ Elementos de una hipótesis:

- Unidad de análisis
- Variables
- Elementos lógicos

◆ Niveles de medición:

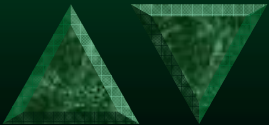
- Nominal
- Ordinal
- Intervalo
- Razón





1.3.4. Selección de la metodología

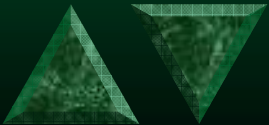
- ◆ En función del objetivo:
 - Metodología cuantitativa
 - Metodología cualitativa
 - Metodología experimental
 - Metodología no experimental





1.3.5. Análisis de Datos

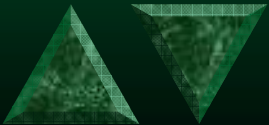
- ◆ Organizar los datos
- ◆ Análisis de datos mediante:
 - Estadística Descriptiva
 - Estadística Inferencial





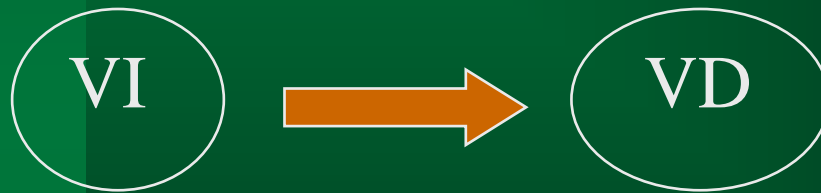
1.3.6. Presentación de los resultados

- ◆ TÍTULO
- ◆ RESUMEN
- ◆ INTRODUCCIÓN
- ◆ MÉTODO
 - Participantes
 - Materiales
 - Diseño y procedimiento
- ◆ RESULTADOS
- ◆ DISCUSIÓN
- ◆ REFERENCIAS
- ◆ APÉNDICES (optativo)



2. METODOLOGÍA EXPERIMENTAL

◆ Definición de diseño experimental

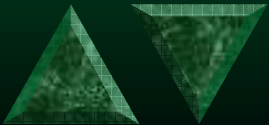


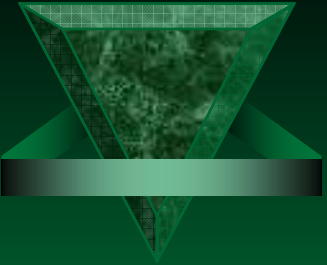


Ejemplo de diseño

- ◆ Identifica las variables que intervienen:
 - Nivel de emotividad
 - Nivel de atención
 - Grado de violencia de un anuncio de la Dirección General de Tráfico con tres niveles: Bajo, medio y alto.

¿Cuál crees que son las V.I. y las V.D.?





Grado de violencia de
Un anuncio de la D.G.T.
Con tres niveles:

- . Bajo
- . Medio
- . Alto



Nivel de
Emotividad

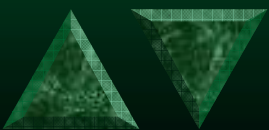


Nivel de
atención

Variable Independiente

V.I. extraña

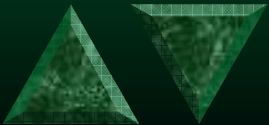
V.Dependiente





Manipulación de la VI

- ◆ Presencia/ausencia de la VI
 - Grupo experimental
 - Grupo de control
- ◆ Dos condiciones (o más)
 - Grupo experimental 1
 - Grupo experimental 2
 -



Ejemplos

Problema:
Estudiar el efecto de la duración de un anuncio en el grado de recuerdo al cabo de un mes. ¿Cuáles son las variables?

30 segundos	45 segundos
5	10
2	13
3	15
1	7
1	8
Media = 2.14	Media = 10.6

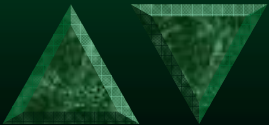


Ejemplo 2.

Estudio del efecto de la duración de un anuncio en el nivel de agrado del objeto anunciado.

¿Cuál es la VD y la(s) VI?

30 seg	45 seg	30 seg
15	30	32
10	32	34
4	25	40
8	27	37
Media = 9.8	Media = 29.8	Media = 34.2



Ejemplo 3

Se desea comprobar el efecto del tipo de fuente en la credibilidad de un anuncio.

¿V.D., V.I.?

Experto	Famoso	Cliente satisfecho	Locutor
:	:	:	:
:	:	:	:
:	:	:	:
:	:	:	:
Media=	Media=	Media=	Media=

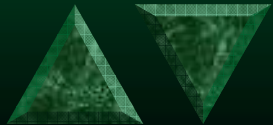


Control Experimental

- ◆ Las técnicas de control controlan los efectos de las variables independientes irrelevantes extrañas.

Planificación de un experimento

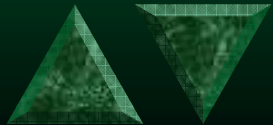
1. Definición de la hipótesis
2. Definición operativa de la VI.
3. Definición operativa de la V.D.
4. Sujetos experimentales
 - a) Selección de los sujetos
 - b) Asignación de manera aleatoria a los grupos





Validez interna y externa

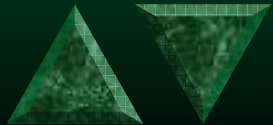
- ◆ Validez interna: grado de seguridad con el que establecer la variaciones de la VD.
- ◆ Validez externa: ¿cómo de generalizables son los resultados obtenidos?





Técnicas de la Metodología Cualitativa

- ◆ Observación directa de campo
- ◆ Grupo de discusión o entrevista en grupo
- ◆ Entrevistas abiertas o intensivas
- ◆ Estudios de caso
- ◆ Investigación etnográfica



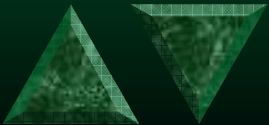
DIFERENCIAS ENTRE EL ENFOQUE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO

	M. Cuantitativa	M. Cualitativa
Papel del investigador	Apela a la objetividad	Parte integrante de los datos
Diseño	La configuración del estudio se diseña antes de empezar	El diseño evoluciona durante el proceso
Instrumentos de medición	Existen a parte del investigador pudiendo ser utilizados por otros	El principal instrumento es el propio investigador
Formulación de teorías	Emplea la investigación para comprobar, confirmar o rechazar teorías	Desarrolla teorías a la vez que surge el proceso.



ANÁLISIS DE CONTENIDO

- ◆ Analizar material simbólico o “cualitativo” (ordenar, cuantificar e interpretar conductas)
- ◆ Análisis: convertir “fenómenos simbólicos” en “datos científicos”
- ◆ Análisis de contenido: técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta.





◆ Enfoques del análisis de materiales simbólicos:

– Características del contenido

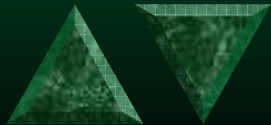
- Descubrir tendencias
- Comparar medios o niveles de comunicación
- Mejorar métodos de investigación técnica

– Naturaleza del contenido

- Detectar técnicas de propaganda
- Medir la legibilidad de los materiales de comunicación
- Descubrir aspectos estilísticos

– Interpretación del contenido

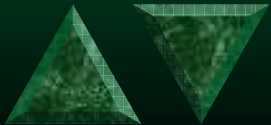
- Identificar intenciones y/o características de los autores
- Determinar el estado psicológico
- Obtener información estratégica





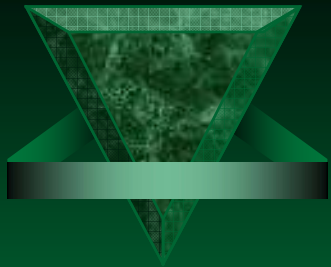
Conversión del material simbólico en datos científicos

- ◆ Los materiales simbólicos no constituyen información.
- ◆ La intuición personal resuelve el caso, pero no lo explica.
- ◆ Finalidad del análisis de contenidos es crear datos que sean:
 - Objetivos
 - Susceptibles de medición
 - Significativos o explicativos de un hecho
 - Generalizables para una visión objetiva del hecho.

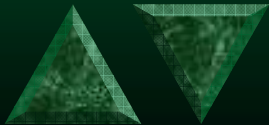


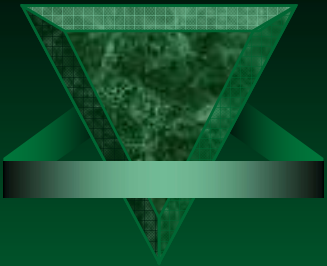
- 
- ◆ En un mismo material pueden encontrarse muchos atributos.

“A las 20,30 horas se encontraba a muchos kilómetros del lugar del crimen. Su novia puede manifestarlo, ya que estuvo al cine con ella, aunque no recuerda exactamente el título de la película, pero sí recuerda que era una película clasificada “ X”, ya que son sus preferidas. Sobre la ocupación del arma blanca que llevaba en el momento de la detención, mantiene que la compró la semana pasada en el mercadillo de los miércoles en la localidad de Alcorcón, ya que le gusta llevar navaja por temor a ser asaltado por atracadores, pues en una ocasión le robó un negro... ”



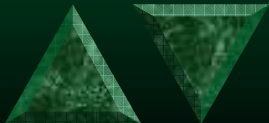
- ◆ Atributos: número de palabras, fragilidad de la memoria del sujeto, tendencias sexuales, lugares que frecuenta, aspectos sentimentales, temores y actitudes, prejuicios raciales ...





◆ Fases en el análisis:

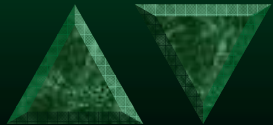
1. Explicitar las variables y sus categorías.
2. Explicitar el sistema de categorías que se van a utilizar en cada variable. Especificar la unidad de medida (dicotómico, ordinal o numérico)
3. Utilizar criterios adecuados
4. Cómputo de los datos categorizados. (Si la ordenación es numérica, se puede utilizar algún método estadístico para su tratamiento).
5. Tratamiento de los datos.
6. Utilidad de resultados y generalización de los mismos.

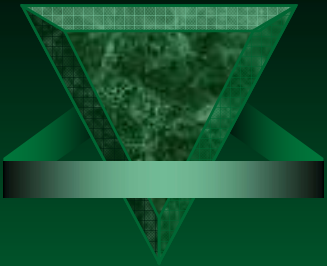




Aplicación

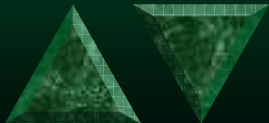
- ◆ Deseamos hacer un estudio-sondeo del fenómeno “*Corrupción en España y su tratamiento por los medios de comunicación*”.
- Método: Seguir durante varios días todas las noticias de prensa, radio y televisión que se produzcan sobre el citado fenómeno.

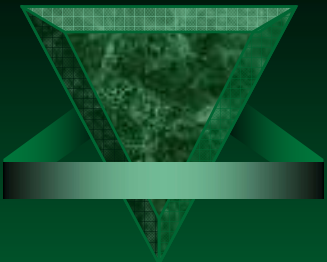




1. **Definimos objetivos de la investigación:**
Conocer las tendencias de los medios de comunicación en función de la toma de posiciones que adoptan al abordar el tema.

2. **Formulamos la hipótesis**
Los medios de comunicación, al abordar el tema de la corrupción toman posturas partidistas diversas.





3. Explicamos las variables

Medios de Comunicación

P – Diario “P”

S – Diario “S”

Q – Diario “Q”

Z – Diario Regional “Z”

X – Onda “X” de radio

M – Voz de “M” radio

T – Radio regional “T”

Mx – TV Mx

B – TV cadena “B”

W – TV cadena “W”

Tendencias a Estudiar

1. Favorables al Gobierno

2. Favorables a la oposición

3. Contrarios al Gobierno

4. Contrarios a la oposición

5. Radicales en cualquier sentido

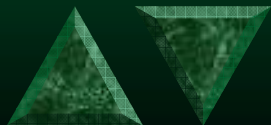
...

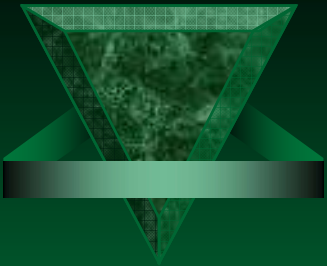
...

...

...

...



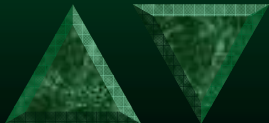


4. Explicitamos el sistema de categorías dentro de cada variable

- a) Toma de posición bien definida y argumentada
- b) Toma de posición sutil
- c) Toma de posición matizada

5. Criterios de medida

- Cada noticia se entenderá como una unidad de análisis
- Cada información dentro de un espacio de noticias se entenderá como una unidad de análisis
- Cada imagen se entenderá como una unidad de análisis

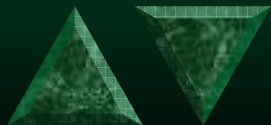


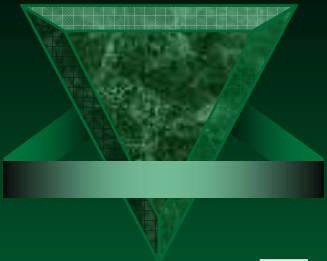


6. Tabulación de materiales categorizados

Se registrarán las frecuencias en la siguiente tabla:

Ideología	1			2			3			4			5			Total
Medios	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	a	b	c	
P	5	-	1	2	1	1	-	1	-	3	1	-	-	1	1	17
S																
Q																
Z																
X																
M																
T																
Mx																
B																
W																
Total																





7. Tratamiento de los datos

Los datos numéricos tabulados, pueden ser objeto de tratamiento estadístico.

8. Utilidad de los resultados

Los resultados de la investigación son aplicados al fin para el que se dispuso la investigación.

