

Material Didáctico Sistematizado.

# La estrategia de la investigación.

Pla, Jesica, Quartulli, Diego y Leis, Daniela.

Cita:

Pla, Jesica, Quartulli, Diego y Leis, Daniela (2013). *La estrategia de la investigación*. Material Didáctico Sistematizado.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/diego.quartulli/31>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pfdZ/a0n>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# METODOLOGIA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION SOCIAL

## CÁTEDRA AGUSTIN SALVIA

### TRABAJO PRÁCTICO 5

#### LA ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN

*Material didáctico elaborado por los profesores Jéssica Pla, Diego Quartulli y Daniela Leis*

A partir del tema y problema de investigación planteados en el parcial domiciliario, se espera que describan de manera precisa las siguientes decisiones de su estrategia metodológica, de cara a la elaboración del trabajo práctico final. Observen que en cada punto se propone la lectura de diversos trabajos de investigación del área de las Ciencias de la Comunicación. Es importante que los consideren como materiales en los cuales se aplican diferentes estrategias y / o técnicas metodológicas, siendo éste el uso pedagógico que se espera tengan los mismos, aunque los temas abordados no sean exactamente los planteados por los ustedes.

#### Parte I

***Objetivo: Que los estudiantes comprendan el proceso de formulación de un problema, y al hacerlo puedan delimitar sus componentes principales. De este modo, en la parte II del trabajo práctico podrán construir sobre una base más sólida la estrategia metodológica.***

**a) Revise y reformule el tema de la investigación y cuál sería su problema/pregunta de investigación.** Tenga en cuenta la devolución del parcial que hizo el/la docente, así como la bibliografía sugerida, la cuál lo ayudará a comprender que la formulación del problema debe relacionar una serie de variables relevantes, y dar paso a confeccionar un diseño de investigación cuantitativo.

#### *Bibliografía de apoyo sugerida*

Blalock, , H.: Estadística Social. Ed. Fondo de Cultura Económica. México. Teoría, medición y matemáticas (p.p. 15 a 21). 1978.

Hyman, H.: Survey design and analysis. Cap. 3 “El modelo del experimento y el control de

las variables”, The Free Press, Glencoe, 1965

Ragin, C.: La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad. Capítulo 6. Bogotá. Siglo del Hombre Editores/ Universidad de Los Andes/ Sage Publications. 2007. 213-228 232-235

**b) Determine el universo de estudio y las unidades de análisis.** El "universo" puede ser definido como el conjunto total de elementos que constituyen un determinado área de interés a ser analizado. Recuerde definir el tiempo y el espacio del mismo. Por su parte, las unidades de análisis son cada uno de los elementos menores y no divisibles que componen el universo de estudio de una investigación, sobre las cuales se estudia el comportamiento de las variables. La determinación de estos dos elementos es anterior a la etapa de recolección de datos, y forma parte del marco teórico. Es necesario que tenga muy en claro a qué se refiere cada uno, y no olvide, antes de delimitarlos en su estrategia, revisar lo que otros autores han hecho, tanto de la bibliografía sugerida como de los materiales de la primer parte de la materia.

#### *Bibliografía de apoyo sugerida*

Abritta, G.: Noción y Estructura del Dato. Publicación interna de la Cátedra. UBA. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación. 1999

Di Virgilio, M. M., “Los métodos, procedimientos y técnicas cuantitativos de construcción y validación del discurso científico”. Teórico General de la materia Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS-UBA, 2006/2007. Págs. 1 a 6

#### *Ejemplo de universo y unidades de análisis*

Consejo Nacional de las Mujeres – Universidad Nacional de Quilmes (2011) “Análisis y monitoreo de la violencia simbólica en las pautas publicitarias de la televisión argentina. 2011

## **Parte II**

**Objetivo: que los estudiantes logren identificar los componentes que caracterizarán su problema de investigación, y diseñar una estrategia metodológica que se corresponda con el mismo. Para lograr este objetivo, deben tener lo más definido posible el punto anterior.**

**c) A partir de lo realizado hasta el momento, piense qué información necesita, y si esa información esta disponible o hay que generarla. De estar disponible, quién podría proporcionarla (tipo y fuentes de datos).** En este punto esperamos que usted pueda, tomando en cuenta los pasos anteriores, revisar la información disponible en institutos o centros de investigación y determinar si existen fuentes secundarias que puedan usarse para llevar adelante su investigación o si es necesario recolectar información primaria (realizar trabajo de campo). Para esto, el primer paso es tener en claro la diferencia entre fuentes primarias y fuentes secundarias, y luego pensar, según su problema de investigación, cuál es la decisión más acertada. Recuerde que la generación de información primaria no es simple, por lo cual la revisión sobre la información disponible es un paso sumamente importante, que puede realizar por medio de Internet, particularmente recorriendo institutos o centros de investigación, o consultando con la/el docente.

#### *Bibliografía de apoyo sugerida*

Abritta, G.: Noción y Estructura del Dato. Publicación interna de la Cátedra. UBA. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación. 1999. Págs. 4 a 6.

#### *Bibliografía con ejemplos de fuentes de datos*

Consejo Nacional de las Mujeres – Universidad Nacional de Quilmes (2011) “Análisis y monitoreo de la violencia simbólica en las pautas publicitarias de la televisión argentina. 2011”

Dirección General del Libro y Promoción de la Lectura, *Encuesta sobre tiempo libre desde la perspectiva del consumo cultural*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Secretaría de Cultura, Buenos Aires, 2005.

Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, Programa Escuela y Medios, Encuesta de consumos culturales de chicos de 11 a 17 años, abril 2006. Cuestionario y PPT con ficha técnica y resultados.

**d) - En el caso que haya que generar la información: ¿Qué herramienta de recolección de información sería apropiado implementar?** Se espera que pueda fundamentar qué técnica/s de recolección de información es/son compatible/s con el resto de la estrategia.

**- En el caso que use información secundaria: ¿Cómo usará dicha información?** Se espera que pueda explicar en que formato se encuentra la información, y qué tipo de análisis hará de la misma.

#### *Bibliografía de apoyo sugerida*

Cea D'ancona, M.: Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social. Cap. 10: "El análisis de contenido cuantitativo", y Cap. 11: "El informe de la investigación" (p.p. 377-384). Ed. Síntesis. Madrid. 2001.

Méndez, A.: Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación. Cap. III: "La medición y sus instrumentos" (p.p. 44-67). Cap. V: "Medición de medios Audiovisuales" (p.p. 77-82) / Cap. VII: "Conceptos utilizados por empresas medidoras de audiencia" (pag. 98-103) / Cap. VIII: "Análisis del mensaje televisivo" (p.p. 104-106). Universidad del Zulia, Maracaibo. 2007.

#### *Bibliografía con ejemplos de técnica de recolección*

Canton, D., "El mundo de los tangos de Gardel". En Revista Latinoamericana de Sociología, nº 3, vol. 4. Noviembre. 1968.

Dirección General del Libro y Promoción de la Lectura, *Encuesta sobre tiempo libre desde la perspectiva del consumo cultural*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Secretaría de Cultura, Buenos Aires, 2005.

Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, Programa Escuela y Medios, Encuesta de consumos culturales de chicos de 11 a 17 años, abril 2006. Cuestionario y PPT con ficha técnica y resultados.

Rotbaum, Gabriel. "Las encuestas sobre consumos culturales en Argentina y la Ciudad de Buenos Aires" en Revista Observatorio-Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Nº 4, Octubre 2006 (pp. 74-89) Disponible en: <http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/contenido/objetos/publicacionrevistaobservatorio4.pdf>

**e) Finalmente, y sólo en caso de trabajar con fuentes primarias: ¿Cómo elegiría**

**quiénes le proporcionen efectivamente la información y con qué criterio los seleccionaría? Describa detalladamente el proceso.** En este punto esperamos que pueda reflexionar sobre cómo delimitar la muestra adecuada para su objetivo de investigación. Esto incluye no sólo el nombre del tipo de muestra sino que pueda explicitar las acciones que llevaría a cabo para construirla y los motivos de su elección. Recuerde que una muestra es un subconjunto del conjunto total (universo), que puede ser o no ser representativo, dependiendo de los criterios aplicados.

#### *Bibliografía de apoyo sugerida*

Ander-Egg, E.: Técnicas de la Investigación Social: Cap. 5: “La selección de las unidades de observación: el diseño de la muestra” (p.p. 159-215). Editorial Humanitas, Buenos Aires. / Optativo

Cea D’ancona, M.: Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social. Cap. 10: “El análisis de contenido cuantitativo”, y Cap. 11: “El informe de la investigación” (p.p. 377-384). Ed. Síntesis. Madrid. 2001.

Di Virgilio, M. M., “Los métodos, procedimientos y técnicas cuantitativos de construcción y validación del discurso científico”. Teórico General de la materia Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS-UBA, 2006/2007. Págs. 22 a 27

#### *Bibliografía con ejemplos de diseño muestral*

Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, Programa Escuela y Medios, Encuesta de consumos culturales de chicos de 11 a 17 años, abril 2006. Cuestionario y PPT con ficha técnica y resultados.

Rotbaum, Gabriel. “Las encuestas sobre consumos culturales en Argentina y la Ciudad de Buenos Aires” en Revista Observatorio-Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, N° 4, Octubre 2006 (pp. 74-89) Disponible en: <http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/contenido/objetos/publicacionrevistaobservatorio4.pdf>

Bourdieu, P. “Anexo I, Algunas reflexiones sobre el método” y “El cuestionario” en La distinción.

## Resumen de bibliografía del cuadernillo

Todos los resúmenes poseen un deliberado sesgo por describir los textos propuestos a la luz de algún instrumento metodológico que sirva para ejemplificar distintas opciones de una “caja de herramientas” metodológica.

En este sentido casi todos los resúmenes intentan aportar información relevante acerca de distintos ejemplos para el alumno que está por decidir que “herramienta” utilizar para su problema de investigación. En algunos casos los textos también aportan información bibliográfica y permiten discutir algunas dimensiones de análisis sobre determinadas temáticas, en especial sobre consumos culturales.

### Anexo La distinción.

Este material forma parte del anexo de un importante libro del sociólogo Pierre Bourdieu llamado “La distinción”. En este libro el autor analiza la relación entre algunas variables consideradas indicadores de “capital” económico y cultural junto con otras consideradas indicadores de “gusto” cultural sobre datos de Francia de mediados de los 60’ (692 parisinos y 595 de una pequeña ciudad). El libro, que se explaya mucho más allá de un simple análisis de los datos, muestra una interpretación original acerca de los modos en que se produce y reproduce la “distinción” en las sociedades contemporáneas y no sólo la francesa.

En el extracto utilizado el autor comenta algunas características de la muestra efectuada y detalla el cuestionario utilizado en donde se aprecian tanto preguntas a responder por el encuestado como información a llenar por el encuestador.

Posibles usos: Muestra. Uso de Cuestionario. Consumo y Diferenciación cultural.

### Los Tangos de Gardel

En este pequeño artículo (1968) Darío Cantón elabora un análisis de las letras de tangos de Carlos Gardel realizando un análisis de contenido. Posteriormente en 1972 se editaría un libro teniendo como base este artículo.

El artículo realiza un “análisis de contenido” sobre las canciones de Gardel basado en una muestra de canciones interpretadas por Carlos Gardel. En el anexo se detalla el modo mediante el cual el autor realizó la muestra de las canciones.

Posibles usos: Muestra. Análisis de contenido. Distribución de frecuencias.

### Análisis y monitoreo de la violencia simbólica en las pautas publicitarias de la televisión argentina 2011

En este texto se construye un índice sobre una serie de indicadores en base a exigencias normativas y un conjunto de dimensiones conceptuales sobre la idea de violencia de género simbólica. Posteriormente gracias a una definición algo restrictiva de la población las investigadoras pueden recurrir a analizar el total de sus unidades de análisis sin hacer uso de alguna técnica de muestreo.

Posteriormente analizan en forma cuantitativa los datos producidos, haciendo uso de distribuciones de frecuencias, porcentajes y distintos tipos de gráficos.

Posibles usos: Construcción de Índice. Análisis de Población. Análisis de frecuencias. Análisis de porcentajes. Gráfico de Tortas. Gráficos de barras. Gráficos de barra apilada. Análisis univariados y bivariado.

## Informe de encuesta sobre tiempo libre desde la perspectiva del consumo cultural

El trabajo consta de un análisis de datos que pretenden aportar evidencia descriptiva acerca de la concepción del tiempo libre y su vinculación con diferentes prácticas culturales de los ciudadanos de la Ciudad de Buenos Aires. Los datos se basan en una muestra aleatoria de 600 casos de la ciudad de Buenos Aires diseñada para tal fin.

Posibles usos: Muestra aleatoria polietápica. Cuestionario vía telefónica. Análisis univariado. Gráficos de barras. Gráficos de barra apilada. Gráfico de tortas. Análisis de perfiles.

## Culturas y nuevas tecnologías

### Dimensiones para repensar la investigación en consumos culturales desde las ciencias sociales

En este texto Ana Wortman, al igual que el texto de Rotbaum, realiza un racconto sobre una serie de investigaciones nacionales sobre consumos culturales. Luego de sopesar entre lo ya investigado y los problemas que generan las nuevas tecnologías desarrolla una agenda de investigación a futuro remarcando que en la actualidad gran parte del consumo cultural puede darse dentro del hogar y en este sentido remarca la importancia de la clase social del hogar en el diferencial acceso a los medios culturales especialmente en el caso de los jóvenes.

Posibles usos: Si bien el texto no es un trabajo de investigación en sí mismo posee mucha bibliografía sugerente para consumos culturales en Argentina y especialmente en la Ciudad de Buenos Aires.

### Las encuestas sobre consumos culturales en Argentina y la ciudad de Buenos Aires

En este trabajo Gabriel Rotbaum, al igual que el de Wortman, realiza un racconto de diferentes investigaciones de consumo culturales, algunas de las cuales son de carácter nacional y otras sólo de la Ciudad de Buenos Aires.

Posibles usos: Al citarse muchas investigaciones empíricas estas podrían localizarse para observar su cuestionario y/o utilizar algunos de sus datos publicados como fuente de datos secundaria en los trabajos prácticos.

### Encuesta nacional sobre consumos culturales

Se adjunta tanto el cuestionario como una presentación de la encuesta. El cuestionario se administró en los hogares y el estudio posee representatividad nacional. Muchos de los datos hacen referencia a adolescentes entre 11 y 17 años.

Posibles usos: Tanto las dimensiones que se intentan analizar como las preguntas del cuestionario mediante el cual se intenta captar esas dimensiones

pueden servir como ejemplo para trabajos prácticos que intenten trabajar sobre consumos culturales.