

Técnicas de Investigación Cuantitativas

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

DESCRIPCIÓN

Este curso de Comunicación está diseñado para estudiantes a partir de 17 años, sin restricción de edad superior, y se estructura en unidades que desarrollan progresivamente las competencias necesarias para diseñar y ejecutar investigaciones en el campo de la comunicación. La Unidad 8: Redactar y presentar un plan de investigación cuantitativa completo representa la culminación y síntesis de lo aprendido a lo largo de la asignatura, integrando teoría, método y práctica en un proyecto aplicable a contextos reales.

La unidad final integra todo lo aprendido para construir y presentar un plan de investigación cuantitativa completo sobre un tema de comunicación, cubriendo pregunta, variables, muestreo, instrumentos y plan de análisis. En este marco, el curso busca que el estudiante pase de la concepción de una idea de investigación a un documento técnico que describa de forma operativa cómo se llevará a cabo el estudio, qué se medirá, con qué población o muestra y qué métodos analíticos permitirán interpretar los resultados. Se enfatizan la claridad metodológica, la coherencia entre los componentes del diseño y la capacidad de comunicar de forma efectiva los fundamentos y hallazgos a audiencias técnicas y no técnicas.

Objetivo general: redactar y presentar un plan de investigación cuantitativa completo, que incluya la pregunta de investigación, variables, muestreo, instrumentos y plan de análisis. Este objetivo se acompaña de propósitos específicos orientados a la operativización de conceptos y a la planificación ética y logística necesaria para la ejecución del estudio.

El curso propone que el estudiante:

- Formule una pregunta de investigación clara y operativa, junto con las variables involucradas.
- Diseñe un plan de muestreo coherente y un plan de análisis apropiado.
- Desarrolle instrumentos de recolección y un plan de ética para la ejecución del estudio.

Competencias

COMPETENCIAS

- Diseñar y justificar un plan de investigación cuantitativa en el ámbito de la comunicación, con coherencia entre la pregunta, variables, muestreo, instrumentos y análisis.
- Formular preguntas de investigación claras y operativas y operacionalizar variables de manera precisa.
- Aplicar principios éticos en la recolección y manejo de datos, incluyendo consentimiento informado, confidencialidad y minimización de riesgos.

- Diseñar muestreos adecuados y representativos para garantizar validez interna y externa del estudio.
- Seleccionar y/o desarrollar instrumentos de recolección de datos válidos y confiables y definir un plan de análisis apropiado.
- Comunicar de forma clara y persuasiva los resultados y el plan de investigación a audiencias técnicas y no técnicas.
- Mostrar habilidades transversales como trabajo en equipo, gestión del tiempo, pensamiento crítico y solución de problemas en contextos reales de la comunicación.

Requerimientos

REQUIRIMIENTOS

- Conocimientos previos en fundamentos de metodología de la investigación y estadística básica.
- Lecturas obligatorias y participación activa en sesiones teóricas y prácticas.
- Trabajo individual y/o en equipo para el diseño y la defensa del plan de investigación cuantitativa.
- Uso de herramientas de recopilación de datos y software de análisis (p. ej., Excel, SPSS, R u otros similares).
- Elaboración de un plan de ética y consentimiento para la ejecución del estudio, conforme a las normas institucionales.
- Entrega de entregables en las fechas establecidas y presentación final del plan de investigación cuantitativa completo.

Unidades del Curso

Unidad 1: UNIDAD 1: Conceptos clave de la investigación cuantitativa en comunicación

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar conceptos clave: variables, tipos de escalas de medición y conceptos de muestreo en contextos de comunicación.
- Distinguir entre diferentes escalas de medición y sus usos en investigaciones comunicacionales.
- Explicar cómo el muestreo afecta la representatividad y la validez externa de los resultados.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Conceptos fundamentales de investigación cuantitativa en comunicación. Descripción: revisión de variables, relaciones entre ellas y el marco metodológico básico.
2. **Tema 2:** Variables y relaciones entre variables en comunicación. Descripción: clasificación de variables (independientes, dependientes, moderadoras) y su papel en los modelos explicativos.
3. **Tema 3:** Escalas de medición y muestreo. Descripción: tipos de escalas (nominal, ordinal, intervalos, razón) y enfoques de muestreo (probabilístico y no probabilístico).

Actividades

- **Actividad 1: Mapa conceptual de conceptos clave** - Construcción de un mapa que conecte variables, escalas y muestreo, con ejemplos en comunicación. Puntos clave: identificar variables relevantes, seleccionar escalas adecuadas y justificar el muestreo. Aprendizajes: reconocer la interdependencia entre conceptos y su impacto en el diseño.
- **Actividad 2: Análisis de artículo de comunicación** - Lectura breve y extracción de variables, tipo de escala y método de muestreo. Aprendizajes: identificar componentes metodológicos y justificar elecciones.
- **Actividad 3: Clasificación de escalas** - Ejercicio práctico para asignar cada ítem a una escala y justificar su uso. Aprendizajes: comprensión de las limitaciones y usos de cada escala.
- **Actividad 4: Debate sobre muestreo** - Discusión en grupo sobre representatividad y sesgos en diferentes estrategias de muestreo. Aprendizajes: analizar impactos de muestreo en la validez externa.

Evaluación

- **Objetivo General:** Ensayo corto (1,5-2 páginas) identificando variables, escalas y enfoque de muestreo en un estudio de comunicación propuesto y justificando las elecciones.
- **Objetivos Específicos:**
 - OE 1: Identificar correctamente variables y escalas en un estudio dado (rúbrica de 0-5).
 - OE 2: Explicar la elección de una escala de medición y su adecuación al fenómeno comunicativo.
 - OE 3: Analizar cómo el muestreo afecta la validez externa de los hallazgos.

Unidad 2: UNIDAD 2: Planificación de una investigación cuantitativa en comunicación

Objetivos de Aprendizaje

- Formular una pregunta de investigación clara y factible para un tema de comunicación.
- Redactar hipótesis coherentes con la revisión de literatura o marco teórico.
- Seleccionar un diseño de estudio (descriptivo, correlacional, experimental, cuasi-experimental) acorde a la pregunta y las hipótesis.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Planteamiento de la pregunta de investigación en comunicación. Descripción: delimitación del problema y objetivos de estudio.
2. **Tema 2:** Hipótesis y relaciones entre variables. Descripción: formulación de hipótesis y expectativas teóricas.
3. **Tema 3:** Diseño de estudio y consideraciones éticas. Descripción: elección entre descriptivo, correlacional, experimental y cuasi-experimental; principios éticos.

Actividades

- **Actividad 1: Construcción de una pregunta de investigación** - Trabajo individual en la definición de un tema de comunicación y su pregunta de investigación. Aprendizajes: claridad, foco y viabilidad.
- **Actividad 2: Elaboración de hipótesis** - Formulación de 2-3 hipótesis conectadas con la literatura. Aprendizajes: correlación entre teoría y predicciones empíricas.
- **Actividad 3: Selección de diseño de estudio** - Decisión justificada sobre un diseño adecuado para responder la pregunta y probar las hipótesis. Aprendizajes: congruencia diseño-pregunta-hipótesis.
- **Actividad 4: Plan de ética y viabilidad** - Identificación de consideraciones éticas y viabilidad operativa (recursos, tiempo). Aprendizajes: sensibilidad ética y planificación realista.

Evaluación

- Objetivo General: Presentación de un plan preliminar de investigación (pregunta, hipótesis y diseño) ante el grupo con retroalimentación de pares.
- Objetivos Específicos:
 - OE 1: Claridad y enfoque de la pregunta de investigación.
 - OE 2: Coherencia y fundamentación de las hipótesis.
 - OE 3: Justificación y adecuación del diseño de estudio propuesto.

Unidad 3: UNIDAD 3: Estrategias de muestreo adecuadas para investigaciones en comunicación

Objetivos de Aprendizaje

- Diferenciar entre muestreo probabilístico y no probabilístico y sus escenarios de aplicación.
- Elegir métodos de muestreo adecuados para preguntas de comunicación y población objetivo.
- Considerar tamaño de muestra y poder estadístico en función del diseño y las variables.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Muestreo probabilístico: conceptos y técnicas (aleatorio simple, estratificado, por conglomerados). Descripción: cuándo y cómo aplicarlas en comunicación.
2. **Tema 2:** Muestreo no probabilístico: métodos y limitaciones (conveniencia, cuotas, bola de nieve, purposive). Descripción: uso práctico y sesgos posibles.
3. **Tema 3:** Tamaño de muestra y poder estadístico. Descripción: criterios para estimar tamaños de muestra y considerar la potencia de pruebas.

Actividades

- **Actividad 1: Diseño de plan de muestreo** - Elaboración de un plan de muestreo para un estudio de comunicación, justificando el método y el tamaño de muestra.

- **Actividad 2: Análisis de escenarios de muestreo** - Discusión en grupo sobre sesgos y representatividad en casos prácticos de comunicación (audiencias, usuarios, lectores).
- **Actividad 3: Cálculo práctico de tamaño de muestra** - Uso de fórmulas o herramientas para estimar el tamaño necesario según diseño y varianza esperada.
- **Actividad 4: Informe de decisiones de muestreo** - Redacción de una breve ficha que sintetice método, tamaño y justificación ética.

Evaluación

- **Objetivo General:** Presentación de un plan de muestreo completo para un estudio de comunicación, con justificación metodológica y consideraciones éticas.
- **Objetivos Específicos:**
 - OE 1: Clasificación y selección adecuada de técnicas de muestreo.
 - OE 2: Cálculo y justificación de tamaño de muestra y poder.
 - OE 3: Evaluación de sesgos y limitaciones asociadas al muestreo seleccionado.

Unidad 4: UNIDAD 4: Diseño de instrumentos de recolección de datos para medir variables en comunicación

Objetivos de Aprendizaje

- Redactar ítems claros, sin sesgos y con adecuaciones culturales y lingüísticas.
- Elegir escalas de respuesta adecuadas para cada variable (p. ej., Likert, semántica diferencial).
- Planificar una prueba piloto y revisar el instrumento a partir de resultados de la prueba.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Diseño de cuestionarios en comunicación. Descripción: estructura, secciones y consideración de variables objetivo.
2. **Tema 2:** Redacción de ítems y escalas de respuesta. Descripción: claridad, neutralidad y consistencia entre ítems.
3. **Tema 3:** Prueba piloto y revisión de instrumentos. Descripción: pilotaje, análisis de resultados y ajustes.

Actividades

- **Actividad 1: Redacción de un cuestionario básico** - Crear ítems para medir actitudes hacia la publicidad en redes, con escalas apropiadas. Aprendizajes: claridad de ítems y coherencia con variables.
- **Actividad 2: Revisión de ítems** - Evaluación por pares para detectar sesgos y ambigüedades. Aprendizajes: mejora de precisión y consistencia.
- **Actividad 3: Prueba piloto** - Aplicación a un grupo pequeño y análisis de calidad de respuestas. Aprendizajes: detección de problemas y ajuste.

- **Actividad 4: Ajuste final** - Ajuste de ítems y formato de la encuesta para implementación a gran escala.

Aprendizajes: validación final del instrumento.

Evaluación

- Objetivo General: Entrega de un cuestionario listo para implementación pilotando en una muestra corta, con informe de revisión y justificación de decisiones.
- Objetivos Específicos:
 - OE 1: Claridad y validez de los ítems.
 - OE 2: Adecuación de las escalas de respuesta.
 - OE 3: Eficacia de la prueba piloto y ajustes finales.

Unidad 5: UNIDAD 5: Fiabilidad y validez de los instrumentos de medición

Objetivos de Aprendizaje

- Calcular y aplicar indicios de fiabilidad (alfa de Cronbach y/o consistencia interna).
- Evaluar validez de contenido a través de juicios de expertos y revisión teórica.
- Analizar la validez de constructo mediante enfoques conceptuales o pruebas simples de constructo.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Fiabilidad y consistencia interna. Descripción: alfa de Cronbach y alternativas cuando hay pocos ítems.
2. **Tema 2:** Validez de contenido y juicio de expertos. Descripción: métodos para asegurar que el contenido cubre el constructo.
3. **Tema 3:** Validez de constructo y pruebas de constructo. Descripción: enfoques de validez convergente, discriminante y, si aplica, análisis factorial.

Actividades

- **Actividad 1: Cálculo de alfa de Cronbach** - Procedimiento con un conjunto de ítems de un cuestionario; interpretación de resultados. Aprendizajes: evaluar consistencia interna y posibles mejoras.
- **Actividad 2: Revisión de validez de contenido** - Evaluación por pares con lista de verificación y criterios de cobertura del constructo. Aprendizajes: fortalecimiento de validez de contenido.
- **Actividad 3: Análisis exploratorio de constructo** - Discusión sobre señales de validez de constructo y posibles pruebas adicionales.
- **Actividad 4: Informe de fiabilidad y validez** - Elaboración de un informe que sintetice resultados y recomendaciones de revisión.

Evaluación

- **Objetivo General:** Informe de fiabilidad y validez con resultados de las pruebas y recomendaciones de mejora.
- **Objetivos Específicos:**
 - OE 1: Realizar y reportar el alfa de Cronbach de un conjunto de ítems.
 - OE 2: Describir la validez de contenido y su importancia para el constructo medido.
 - OE 3: Interpretar la validez de constructo y proponer ajustes en el instrumento.

Unidad 6: UNIDAD 6: Análisis de datos cuantitativos: técnicas descriptivas

Objetivos de Aprendizaje

- Calcular y comparar medidas de tendencia central (media, mediana, moda) según el tipo de variable.
- Calcular medidas de dispersión (rango, varianza, desviación estándar) y su interpretación.
- Construir tablas y gráficos de frecuencias y leerlas adecuadamente para tomar decisiones o comunicar resultados.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Medidas de tendencia central. Descripción: cuándo usar la media, la mediana o la moda.
2. **Tema 2:** Medidas de dispersión. Descripción: rango, varianza y desviación típica; interpretación de la variabilidad.
3. **Tema 3:** Frecuencias y presentación de resultados. Descripción: tablas y gráficos, lectura de salidas y resúmenes claros.

Actividades

- **Actividad 1: Cálculo de medidas en un dataset de opinión** - Cálculo de media, mediana, moda y desviación estándar; interpretación de hallazgos. Aprendizajes: describir datos de forma precisa.
- **Actividad 2: Construcción de tablas de frecuencias** - Crear tablas y gráficos para variables cualitativas y cuantitativas. Aprendizajes: presentaciones claras de resultados.
- **Actividad 3: Interpretación de gráficos** - Análisis de gráficos y su implicación para la interpretación de fenómenos comunicativos.
- **Actividad 4: Informe descriptivo** - Elaboración de un informe corto con resultados y conclusiones basadas en técnicas descriptivas.

Evaluación

- **Objetivo General:** Examen práctico o ejercicio aplicado de análisis descriptivo a un microdataset de comunicación, con interpretación de resultados.
- **Objetivos Específicos:**
 - OE 1: Aplicar correctamente medidas de tendencia central según la variable.
 - OE 2: Interpretar adecuadamente las medidas de dispersión.

- OE 3: Presentar resultados de forma clara y coherente en tablas/gráficos.

Unidad 7: UNIDAD 7: Interpretación de resultados y implicaciones éticas en comunicación

Objetivos de Aprendizaje

- Interpretar valores de significancia, tamaño del efecto y su relevancia en contextos de comunicación.
- Identificar limitaciones, sesgos y posibles sesgos de interpretación en la investigación.
- Proponer implicaciones prácticas para la industria de la comunicación y considerar aspectos éticos en la divulgación de resultados.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Interpretación de resultados y significancia. Descripción: lectura de resultados y comprensión de su relevancia práctica.
2. **Tema 2:** Implicaciones prácticas para la industria de la comunicación. Descripción: traducción de hallazgos en recomendaciones y políticas.
3. **Tema 3:** Consideraciones éticas y reporte de resultados. Descripción: uso responsable, confidencialidad y transparencia.

Actividades

- **Actividad 1: Caso práctico de interpretación** - Análisis de un informe de resultados y extracción de conclusiones y recomendaciones. Aprendizajes: distinción entre correlación y causalidad y límites de inferencia.
- **Actividad 2: Debate de implicaciones éticas** - Discusión sobre cómo presentar resultados para diferentes audiencias y evitar sesgos de interpretación. Aprendizajes: enfoque ético en la difusión.
- **Actividad 3: Redacción de conclusiones y recomendaciones** - Elaboración de conclusiones prácticas para una campaña o estudio de comunicación. Aprendizajes: convertir resultados en acción.
- **Actividad 4: Presentación de resultados** - Presentación oral en formato breve con componente ético y práctico. Aprendizajes: comunicación efectiva de hallazgos.

Evaluación

- Objetivo General: Informe analítico con interpretación de resultados, implicaciones prácticas y consideraciones éticas, acompañado de una breve presentación.
- Objetivos Específicos:
 - OE 1: Interpretación correcta de significancia y tamaño del efecto.
 - OE 2: Identificación de limitaciones y sesgos en la interpretación.
 - OE 3: Propuesta de implicaciones prácticas y consideraciones éticas claras.

Unidad 8: UNIDAD 8: Redactar y presentar un plan de investigación cuantitativa completo

Objetivos de Aprendizaje

- Formular una pregunta de investigación clara y operativa, junto con las variables involucradas.
- Diseñar un plan de muestreo coherente y un plan de análisis apropiado.
- Desarrollar instrumentos de recolección y plan de ética para la ejecución del estudio.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Estructura de un plan de investigación cuantitativa. Descripción: secciones, claridad y coherencia entre componentes.
2. **Tema 2:** Integración de componentes. Descripción: relación entre pregunta, variables, muestreo, instrumentos y análisis.
3. **Tema 3:** Presentación y ética de la investigación. Descripción: formato de entrega, criterios de calidad y consideraciones éticas.

Actividades

- **Actividad 1: Propuesta de plan de investigación** - Elaboración de una propuesta escrita que integre pregunta, variables, muestreo, instrumentos y plan de análisis. Aprendizajes: coherencia y viabilidad.
- **Actividad 2: Presentación del plan** - Presentación oral ante pares con feedback estructurado. Aprendizajes: comunicación clara y defensa de decisiones metodológicas.
- **Actividad 3: Revisión por pares** - Evaluación de planes de otros estudiantes y aportes de mejora. Aprendizajes: pensamiento crítico y revisión de la calidad metodológica.
- **Actividad 4: Revisión final del documento** - Incorporación de retroalimentación y versión final del plan de investigación. Aprendizajes: rigor y formalidad académica.

Evaluación

- Objetivo General: Plan de investigación cuantitativa completo, con documento escrito y presentación oral, evaluado con una rúbrica integral.
- Objetivos Específicos:
 - OE 1: Claridad y pertinencia de la pregunta y las variables definidas.
 - OE 2: Información de muestreo y plan de análisis adecuado al diseño.
 - OE 3: Calidad del instrumento propuesto y consideraciones éticas bien especificadas.