

El proceso de investigación: etapas y planificación de la investigación

Este documento debe citarse como aparece a continuación:

Del Rio, Olga (2011), El proceso de investigación: etapas y planificación de la investigación, en Vilches, L. (coord.) *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*, Barcelona, Ed. Gedisa, pp. 67-93

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. EL MÉTODO CIENTÍFICO	3
1.1 CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO CIENTÍFICO	3
1.2 PARADIGMAS Y TEORÍAS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	4
1.3 EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	5
2. EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN: COMPONENTES, PROCESOS Y ETAPAS.....	7
3. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: ESTRUCTURA Y CONTENIDOS	9
4 CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: ELECCIÓN DEL TEMA Y DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	12
4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTA INICIAL	12
4.2 OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
4.3 JUSTIFICACIÓN Y FACTIBILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	16
5 CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	16
5.1 ANTECEDENTES	18
5.2 BASES TEÓRICAS	18
5.3 ENFOQUE TEÓRICO	18
5.4 CONCEPTUALIZACIÓN, OPERATIVIZACIÓN DE LOS CONCEPTOS Y DEFINICIÓN DE VARIABLES	19
5.5 FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	22
6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO.....	24
6.1 CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	24
6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	25
6.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	29
7. CALENDARIO, RECURSOS Y PRESUPUESTO	30
7.1 CALENDARIO O PERIODIZACIÓN	31
7.2 RECURSOS HUMANOS Y PRESUPUESTO	32
BIBLIOGRAFÍA	34

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. El método científico

1.1 Características del método científico

La **ciencia** es una vía de acceso al conocimiento basada en la observación de la realidad siguiendo un protocolo específico (el método científico), consensuado socialmente como tal (consensuado por la comunidad científica y aceptado por la sociedad).

El término **método** proviene del griego y significa “camino por recorrer”, de lo que se deriva un orden y una planificación. Así, el método puede definirse como un protocolo a seguir según una serie de operaciones, reglas y procedimientos determinados. El **método científico** es la estructura formal, es decir los pasos que se siguen en una investigación desde su inicio a su finalización (Dominguez y Simó, 2003; Ander-Egg, 1987). El acceso al conocimiento científico requiere pues de la aplicación del método científico. Por este motivo se pueden identificar diversas fases o pasos para que el conocimiento generado pueda ser considerado “ciencia” y pueda distinguirse de otras formas de acceso al conocimiento como puedan ser el sentido común, la intuición, la autoridad o la percepción (Bunge, 1980; Wimmer y Dominick, 1996; Berganza y Ruíz, 2005; Igartua, 2006).

Las principales **características del método científico** serian (Sierra Bravo, 1992):

- i. es *problemático-hipotético*: se basa en la formulación de problemas o interrogantes sobre la realidad y en adelantar conjeturas, soluciones o respuestas probables a dichas cuestiones [sin embargo algunos tipos de investigación como las exploratorias o descriptivas, así como algunas metodologías como las cualitativas no requieren obligatoriamente del establecimiento de hipótesis y pueden realizarse a partir de preguntas de investigación, como se verá más adelante]
- ii. es *empírico*: en el sentido de que su fuente de información y de respuesta a las preguntas de investigación es la experiencia, es decir la ciencia toma sus datos y funda sus conclusiones en la observación ordenada y sistemática de los hechos.
- iii. es a la vez *inductivo y deductivo*: la inducción se refiere al movimiento del pensamiento que va de los hechos particulares a afirmaciones de carácter general; la deducción permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares (el proceso de conocimiento científico es una retroalimentación continua entre los datos empíricos y la teoría a partir de los procesos de inducción y deducción). El olvido de este *feed-back* alimenta posiciones como “... si la teoría no coincide con los hechos, peor para los hechos”.

- iv. es *crítico*: los logros del método científico nunca son definitivos, deben someterse permanentemente a revisión crítica.
- v. es *sistemático*: debe someterse a reglas metodológicas formales
- vi. es *analítico-sintético*: estudia la realidad “distinguiendo y separando unos de otros sus elementos más simples, para posteriormente recomponer los elementos separados obteniendo una nueva visión global del conjunto y de las relaciones entre sus elementos” (Sierra Bravo, 1992:22)

1.2 Paradigmas y teorías en ciencias de la comunicación

El concepto **paradigma** procede del griego *paradeigma*, que significa “ejemplo” o “modelo” y, partir de los años sesenta, empieza a utilizarse para definir un modelo o patrón en cualquier disciplina científica. Thomas Kuhn (1962, 1969) actualizó el término dándole el significado contemporáneo, al adaptarlo para referirse a un marco de referencia teórico que debe ser compartido aceptado por, al menos, un sector de la comunidad científica durante un período específico de tiempo.

De esta forma, un **paradigma científico** establece aquello que se debe observar; el tipo de interrogantes que hay que formular para hallar las respuestas en relación al objetivo; cómo deben estructurarse dicho interrogantes; y cómo deben interpretarse los resultados de la investigación científica.

“Una **teoría** es un conjunto de proposiciones relacionadas que presenta una visión sistematizada de determinados fenómenos, mediante la especificación de relaciones entre conceptos” (Wimmer y Dominick, 1996:12). Las teorías pueden ser validadas o falseadas por la comprobación empírica.

Una de las diferencias entre teoría y paradigma es que, mientras que las teorías se mantienen o rechazan en función de su capacidad de resistir o no la comprobación empírica, los paradigmas para ser mantenidos o rechazados dependen fundamentalmente del respaldo suministrado por una comunidad científica.

En el ámbito de las ciencias de la comunicación pueden identificarse **tres paradigmas** o enfoques dominantes: positivista, interpretativo y crítico.

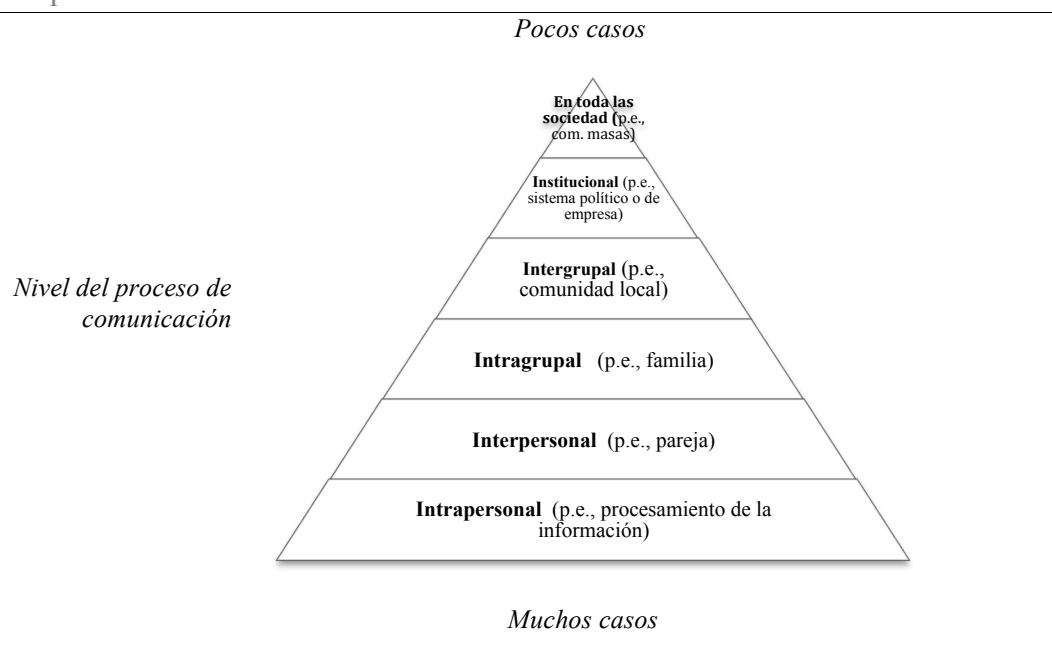
	Paradigma positivista	Paradigma interpretativo	Paradigma Crítico
Características principales	La realidad es objetiva. Estudio de variables. Formulación de leyes generalizables	Estudio del significado. Estudio de reglas.	Reflexión crítica como proceso científico. Los datos son complementarios de la reflexión. Análisis del poder
Finalidad de la investigación	Explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar las teorías	Comprender, interpretar la realidad, los significados, las percepciones, intenciones y acciones	Identificar potencial de cambio, emancipar sujeto. Analiza la realidad
Relación sujeto (investigador)/ objeto de estudio	Independencia, neutralidad. Investigador externo.	Dependencia, implicación del investigador/a. Interrelación.	Relación influida por el compromiso de cambio. El investigador/a es un sujeto más
Teorías	Estructural-funcionalista	Escuela de Palo Alto, interaccionismo simbólico, construccionismo, etnometodología, fenomenología, semiótica.	Escuela de Frankfurt, economía política, estudios culturales.
Técnicas más usuales	Se apoya en datos cuantitativos: encuestas, análisis de contenido, observación sistemática, experimentos	Se apoya en datos cualitativos: entrevistas en profundidad, historias de vida, grupos de discusión, análisis del discurso	Se apoya en la reflexión teórico-crítica: Observación, historias de vida, entrevistas en profundidad, análisis del discurso

1.3 El objeto de estudio de la investigación en comunicación

Uno de los motivos de las discrepancias y fragmentaciones de la investigación en comunicación es el hecho de que aun no se ha definido claramente el objeto de estudio de la disciplina. Ello radica de un lado, en la amplitud, la polisemia y la equiparación de términos como comunicación, información, comunicaciones, etc.

De otro lado, las dificultades del objeto de estudio también radican en la equiparación de “comunicación” con “comunicación mediática”, obviando los diferentes procesos comunicativos en función de la organización social en la que se producen.

La pirámide de la comunicación



Para el alumnado o los investigadores/as noveles no siempre es fácil tener conocimiento de la amplitud de temas que pueden ser investigados en el ámbito de las ciencias de la comunicación. Este hecho conlleva que en demasiadas ocasiones la iniciación investigadora se concentre en el análisis de contenido de los medios. Es importante ampliar el abanico para lo que a continuación se ofrece un cuadro sobre los principales **campos y temas** en los que puede realizarse una investigación.

Campos y temas de investigación en ciencias de la comunicación

Campos	Temas
Teorías	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos y modelos - Teorías de los <i>media</i> y de la sociedad - Comunicación de masas y cultura
Estructuras : Cuestiones normativas de la actuación de los medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad social de los medios - Libertad de prensa / libertad de los <i>media</i> - Libertad de expresión - Códigos de conducta - Los medios como bienes públicos - Desarrollo de los medios - Medios y democracia - Concentración y monopolio de los <i>media</i> - Calidad de los <i>media</i> - Diversidad y pluralismo mediático - Derechos a la información , la comunicación y el ciberespacio
Estructuras: Estructuras e instituciones mediáticas	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura mediática - Economía de la estructura mediática (mercados mediáticos y fuentes de ingreso, ámbito y diversidad del mercado mediático, competencia, estructura de costes medios comunicación) - Propiedad y control de los medios - Competencia y concentración (tipos de concentración, transnacionalización, etc.) - Características de la economía mediática - Dinámica de las estructuras mediáticas - Regulación de los medios de comunicación de masas - Diferencias entre países (especificidad social y cultural de los sistemas mediáticos) - Comunicación internacional (aspectos estructurales) - Propiedad y control de los medios de comunicación multinacionales - Dependencia mediática internacional - Regulación internacional de los medios de comunicación
Organizaciones: La organización mediática en su contexto	<ul style="list-style-type: none"> - Influencia de las organizaciones sobre los contenidos - Relaciones con la sociedad (objetivos de las organizaciones mediáticas, el papel de las/los periodistas, etc) - Características de los comunicadores de masas - Género y organización de las noticias - Presiones y grupos de presión - Relaciones con propietarios, clientes y proveedores - Relaciones con la audiencia
Organizaciones: Producción de la cultura mediática	<ul style="list-style-type: none"> - Vigilancia y selección en las organizaciones mediáticas (factores ideológicos y organizacionales en la selección de noticias) - Enfoques alternativos del estudio de la selección de noticias (personas, lugar, tiempo, tendenciosidad) - Acceso de las ciudadanía a los medios de comunicación - Relaciones con las fuentes - Procesamiento y presentación de la información
Contenidos: Cuestiones conceptos y variedades del discurso	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis cultural del texto y de sus significados - Análisis estructural/semiótico de los textos - Los contenidos mediáticos como información - Análisis de las representaciones mediáticas - Análisis crítico del discurso
Contenidos: Género y métodos de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Formatos y géneros mediáticos - Valores informativos y estructura de las noticias - Análisis de contenido - Metodologías
Audiencias:	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de audiencia como análisis de los efectos - Usos sociales y gratificaciones de las audiencias - Tipos de audiencia - Estructura y composición de las audiencias

Campos	Temas
	- Formación y flujo de las audiencias - Procesos de recepción y construcción de sentido - Uso de los media según el sexo, clase, etc.
Efectos:	- Condiciones de la mediación - Relaciones fuente-receptor - Efectos conductuales - Efectos reacción colectiva (desestabilización, terrorismo,) - Campañas (filtro, efectos, influencia personal,)
Influencia:	- Distribución de conocimiento (pautas de difusión, conocimiento, comprensión) - Agenda temática - Construcción de la realidad - Formación de climas de opinión - Cultivación (procesos de aculturación) - Control social y formación de conciencia - Efectos sobre otras instituciones sociales

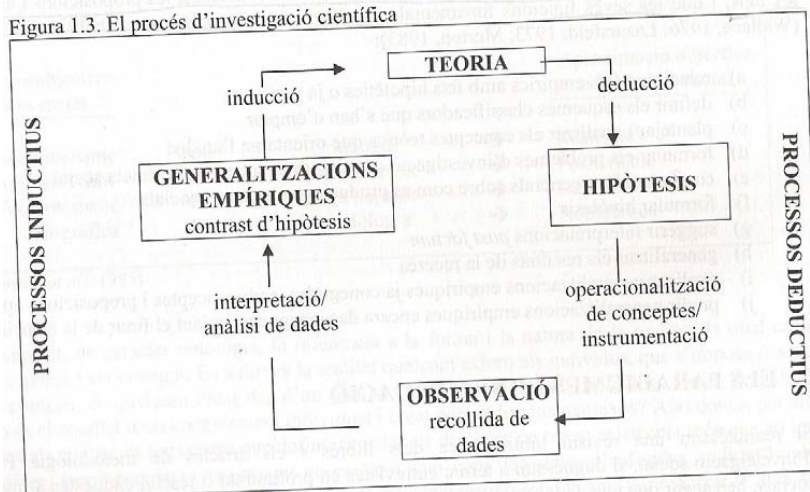
2. El proceso de investigación: componentes, procesos y etapas

Uno de los esquemas más conocidos de representación grafica del **proceso de investigación científica** es el de Wallace (1976). Se trata de un proceso circular continuo en el cual se muestran conectados (Dominguez y Simó, 2003):

- los cuatro componentes fundamentales: teorías, hipótesis, observaciones y generalizaciones empíricas,
- mediante cuatro procesos cognitivos diferentes: deducción, operacionalización, interpretación e inducción. La lógica interna de este proceso puede sintetizarse en un principio de **coherencia** entre todas las fases de dicho proceso.

El proceso de investigación científica

Figura 1.3. El procés d'investigació científica



Font: Cea D'Ancona, 1996

Fuente: Domínguez y Simó, 2003:23

Como se ha señalado anteriormente, a pesar de que no existen reglas fijas para organizar y planificar el proceso de investigación, es importante disponer de un esquema claro de la organización de la práctica de investigación. En la literatura sobre el tema pueden encontrarse esquemas generales que deberán adaptarse a las necesidades del equipo de

investigación o del objeto de estudio. En este caso se ofrece un cuadro basado en Domiguez y Simó (2003) y ampliado para facilitar su comprensión.

No debe confundirse las etapas y fases del **proceso de investigación** con las fases del **proyecto de investigación**. El proceso de investigación, incluye la totalidad de las etapas de la investigación científica, es decir: i) la construcción del objeto de estudio; ii) la observación, comprobación o verificación empírica y iii) interpretación de los resultados y conclusiones.

El **proyecto de investigación** es el trabajo previo a la realización de la investigación, sería el equivalente al proyecto arquitectónico de una vivienda por ejemplo, mientras que el proceso de investigación sería el equivalente a la suma del proyecto arquitectónico más la construcción misma de la vivienda.

Etapas y fases del proceso de investigación

Etapas	Fases	Características	
Construcción del objeto de estudio	1. Concepción de la idea	Concepción de la idea (puede surgir de inquietudes personales, por encargo, problemas identificados, lecturas, otras investigaciones, etc.)	
	1.1. La pregunta inicial	- es la pregunta a la que debe dar respuesta la investigación - debe ser precisa y concisa - factible - pertinente	
	1.2. La exploración	- Lectura y revisión bibliográfica - Entrevistas exploratorias expertos/as - Observación - Análisis de documentos	
	2. Planteamiento del problema a investigar y de los objetivos	- Reformulación de la "pregunta inicial" después de la exploración - Precisar los objetivos de la investigación - Formulación preguntas de investigación - Justificación y factibilidad de la investigación	
	3. El marco teórico y conceptual	- Revisión documental (información existente y relativa al tema: teorías, hipótesis, objetos de estudio, estudios, etc.) - Selección documentos más relevantes que se utilizaran para elaborar los "Antecedentes" - Selección de la teoría o teorías de las que partiremos (explicación/presentación de la misma y vinculación a la investigación) - Conceptualización (definición de los términos básicos) - Elaboración de Hipótesis - Operacionalización de los conceptos y definición de las variables	
	4. Diseño del modelo de análisis	Diseño de la Investigación - Caracterización de la investigación	
	4.1. Metodología	- Unidades de observación - Universo, población y muestra - Definición de las Técnicas de investigación	
	4.2. Instrumentos de recogida de información	- Elaboración de los instrumentos de recogida de información - Definición las técnicas o herramientas para la explotación y/o tratamiento de los datos	
	Comprobación y verificación empírica	5. Recogida de los datos	- Aplicación del instrumento de recogida de información en las unidades de análisis pertinentes - Comprobación de que se siguen los criterios establecidos para la aplicación del instrumento de recogida de información
		6. Explotación de los datos	- Definición de los pasos/formatos de explotación/procesamiento de los datos - Explotación/análisis de los datos (SPSS, transcripciones, vaciado, etc.) - Sistematización de los datos (en el caso de estudios cuantitativos=tablas y gráficos// en el caso de cualitativos o documental= matrices o sistema de análisis

Etapas	Fases	Características
	7. Análisis de la información	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura, interpretación y selección de los datos más significativos en función de los objetivos, las hipótesis y/o las preguntas de investigación - Describir y relacionar las relaciones entre variables - Extraer las principales conclusiones para dar respuesta a las hipótesis y/o las preguntas de investigación
Interpretación de resultados	8. Elaboración del Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Exponer el procedimiento seguido - Presentación de los resultados - Concluir dando respuesta a las hipótesis y/o preguntas de investigación + recomendaciones

Fuente: Elaboración de Olga Del Rio, basado en Domínguez y Simó, 2003

Por último, un aspecto a tener en cuenta es la **comunicación de los resultados** de la investigación científica. La ciencia debe ser pública para poder ser acumulativa. No siempre es así y en la actualidad se da una tensión entre la ciencia concebida como “patrimonio de la humanidad” y los derechos a la propiedad de algunos logros científicos, por ejemplo las patentes farmacéuticas.

A pesar de lo señalado, los resultados de las investigaciones suelen ser comunicadas públicamente en diferentes formatos (Baxter y Babbie, 2004; Igartua, 2006):

- *informes privados* de resultados, en ocasiones con cláusulas de confidencialidad para los investigadores que son entregados a los clientes que ha realizado el encargo y que pueden ser tanto privados como institucionales.
- *working papers*: documentos de trabajo preliminares sobre los resultados de la investigación
- comunicaciones y ponencias en congresos: permiten compartir con la comunidad académica los resultados que pueden ser sometidos a crítica
- *papers* o *artículo científico*: se considera como tal a aquellos artículos publicados en revistas científicas y que en muchas ocasiones son revisados y validados por expertos externos. Su estructura más habitual suele ser: título, autores y afiliación, resumen, palabras clave, introducción, metodología, resultados, conclusiones, referencias y bibliografía.
- *libros y capítulos de libro*
- *otros formatos* como talleres de trabajo (*workshops*), publicación en internet, etc.

3. El proyecto de investigación: estructura y contenidos

Como ya se ha señalado, el **proyecto de investigación** es el trabajo previo a la realización de la investigación, donde se construye el objeto de estudio, se desarrollan las hipótesis, el marco conceptual, el corpus o muestra, las técnicas a utilizar, el calendario y presupuesto necesarios para realizar la investigación.

Además, es importante diferenciar entre el **diseño de investigación** y el **proyecto de investigación** (Sierra Bravo, 1995). El diseño de investigación sería la propuesta

metodológica para llevar adelante la investigación, mientras que el proyecto de investigación es el documento resultado de la **planificación de la investigación**. Esta planificación de la investigación, supone un proceso de toma de decisiones por parte de los investigadores/as que incluyen aspectos teórico-metodológicos (qué investigar y cómo investigar) y aspectos organizativos, temporales y económicos.

A partir de aquí, y para facilitar la comprensión al alumnado, este capítulo se organiza como la guía a seguir para elaborar un proyecto de investigación. Por este motivo se presenta un índice estandarizado de dicho proyecto de investigación y los siguientes apartados expondrán los aspectos a tener en cuenta en cada uno de ellos.

Un aspecto a tener en cuenta es el hecho de que el documento “proyecto de investigación” tiene un orden diseñado para la “lectura” del mismo, lo que no siempre coincide con el orden del proceso en que se realizan las diferentes tareas que se requieren. En la tabla que aparece a continuación se aporta información cuando esta diferencia se produce.

Estructura de un proyecto de investigación

Estructura	Aspectos básicos
Portada	incluye título, nombre, institución y fecha
Índice	ofrece la información sobre la estructura del documento
1. Introducción	aunque aparece en primer lugar en el documento, es el último que debe realizarse, en ella se explicará la elección del problema, se presentará el grupo o institución que ha realizado la investigación, se destacará el interés y utilidad de la misma, y se explicará como está organizado el documento. También pueden añadirse otras informaciones que los investigadores/as consideren oportunas.
2. Planteamiento del problema de investigación	En este apartado es donde se construirá el objeto de estudio, su justificación y factibilidad. Requiere de una primera fase de exploración de la literatura existente.
2.1 Formulación del problema o pregunta inicial	La idea original ya transformada en tema de estudio, se desarrolla y presenta como problema o pregunta inicial. Formularlo como pregunta inicial puede resultar más fácil para la coherencia interna del proceso de investigación [ya que las conclusiones del informe de investigación deberán dar respuesta a la misma].
2.2 Objetivos, preguntas de la investigación	- Los objetivos determinan aquello que pretende alcanzar la investigación. Han de ser claros, asumibles y alcanzables. - Las preguntas de investigación son aquellas que la investigación debe contestar para poder alcanzar los objetivos de la investigación.
2.3 Justificación y factibilidad de la investigación	- La justificación suele vincularse a la relevancia de la misma. Responde a preguntas sobre su proyección social, sus implicaciones prácticas, su aporte teórico o metodológico. Sin embargo en las investigaciones por encargo, dicha relevancia viene determinada por el cliente (privado o público), por lo que podría no ser necesario este apartado en estos casos. - La factibilidad, Hace referencia a si puede llevarse a cabo la investigación, tanto en términos técnicos (el tema admite investigación?, es demasiado amplio?, ...), como económicos, temporales o de capacidades del equipo investigador.
3. Marco teórico y	El marco teórico (referencia o conceptual) es el resultado del posicionamiento del

Estructura	Aspectos básicos
conceptual	investigador/a dentro de un paradigma o teoría, del que derivan miradas teóricas y metodológicas ¹ . Del marco teórico y conceptual dependerá en parte el diseño de la investigación.
3.1 Antecedentes	Es aquella información existente anteriormente y relativa al tema. Se realiza a través de la revisión de otras investigaciones, artículos, entrevistas, etc.
3.2 Bases teóricas	Son aquellas teorías de distintas áreas de ciencias de la comunicación u otras disciplinas, que, por estar relacionadas con el objeto de estudio se toman en consideración para acercarse al objeto de estudio.
3.3 Definición de términos básicos o conceptualización	La definición conceptual de los términos básicos, es imprescindible para su posterior operativización. No se trata de un glosario, sino del desarrollo conceptual de los términos básicos. En la mayoría de los casos han sido desarrollados en el marco de los paradigmas o teorías y se extraerán de la revisión documental realizada en los apartados anteriores del marco teórico y conceptual.
3.4 Operativización de los conceptos y definición de las variables	La operativización de los conceptos supone su desagregación desde los niveles de abstracción de su definición sustantiva hasta la identificación de las variables o indicadores observables.
3.5 Formulación de las hipótesis	- Las hipótesis serían las “respuestas” a las preguntas de investigación. Puede trabajarse con una sola hipótesis que respondería a la pregunta inicial/general o bien con varias, derivadas de las preguntas de investigación (a su vez vinculadas a los objetivos).
4. Metodología (o diseño del modelo de análisis)	Es la propuesta metodológica para llevar a cabo la investigación
4.1 Caracterización de la investigación	Definición del tipo de estudio o investigación. Hace referencia a diferentes aspectos como la finalidad, el alcance temporal, la profundidad, las fuentes, el carácter o los estudios a que dan lugar.
4.2 Población y muestra	Se especificaran las unidades de observación, la caracterización del corpus o población estudiada, el tipo de muestreo realizado, las dimensiones de la muestra y su alcance temporal.
4.3 Diseño o técnica de observación	- Pueden ser cualitativas y/o cuantitativas y dentro de estas en cualquiera de las técnicas existentes. - Se puede incluir en este apartado el/los instrumentos de obtención de la información y/o recolección de los datos elaborados de forma definitiva o bien la explicación de su estructura técnica y temática. - Dichos instrumentos deben ser coherentes con los objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación y deben estar realizados a partir de la definición de las variables derivada de la operacionalización de los conceptos.
4.4 Recolección y procesamiento de los datos	- Recolección de datos (trabajo de campo): debe explicitarse los pasos que se seguirán para la recolección de los datos - Procesamiento de los datos (trabajo de gabinete): se deben determinar las técnicas, herramientas, o aplicaciones para el procesamiento de los datos. También debe explicarse el proceso de trabajo que se llevará a cabo para la interpretación de los resultados, la elaboración del informe de resultados y la difusión de los resultados.
5. Calendario, recursos y presupuesto	Una vez identificadas todas las tareas a realizar, pueden identificarse y dimensionarse las necesidades de tiempo y recursos que se requieren, así como el costo de los mismos que dará lugar al presupuesto.
5.1 Calendario o cronograma	Resumen del plan de trabajo y sus diferentes actividades distribuidas en el tiempo para cada uno de los participantes en la investigación
5.2 Recursos necesarios	Detalle de los recursos humanos, materiales y técnicos necesarios para realizar la investigación
5.3 Presupuesto	Cuantificación de los recursos necesarios por partidas y si es pertinentes, fuentes de financiación
6. Bibliografía	Referencias y bibliografía utilizada para la realización del proyecto
7. Anexos	Cualquier documento que considere el equipo investigador

¹ Recordar los diferentes paradigmas señalados en apartados anteriores

4 Construcción del objeto de estudio: elección del tema y delimitación del objeto de estudio

La elección del tema debe ir seguida del planteamiento del problema a investigar. Se trata de determinar aquello que se pretende investigar, delimitar la finalidad de dicha investigación, así como del campo de la misma. Una vez concebida la idea inicial, debe dársele forma, identificando el objeto de estudio, así como sus justificación y factibilidad.

4.1 Formulación del problema o pregunta inicial

La idea original ya transformada en tema de estudio, se desarrolla y presenta como problema o pregunta inicial. Acotar el problema de investigación es una tarea ardua que requiere de varias condiciones. Formularlo como pregunta inicial puede resultar más fácil para los investigadores noveles, y además facilita la coherencia interna del proceso de investigación ya que las conclusiones del informe de investigación deberán dar respuesta a la misma.

Para pasar de la idea original a la pregunta inicial o planteamiento del problema se requiere de una **fase exploratoria** previa que deberá ir ampliándose y revisándose en momentos posteriores. En muchas ocasiones la revisión de diferentes teorías y paradigmas puede ayudar al investigador/a a formular más fácilmente la pregunta inicial. Dicha fase exploratoria puede requerir de: i) consulta documental y bibliográfica; ii) la consulta a informantes clave o expertos/as y iii) un acercamiento mediante una primera observación siempre que sea posible.

Con la **pregunta inicial** el investigador/a intentará expresar con la máxima exactitud posible qué es aquello que quiere saber, explicar y comprender. La pregunta inicial ha de servir como hilo conductor de la investigación. Para ello la pregunta inicial ha de ser clara, factible, no implicar juicios de valor y ser relevante (este último aspecto se explica en la justificación de la investigación)

Características y ejemplos de la pregunta inicial

La pregunta inicial ha de ser	NO	SÍ
Clara: precisa, concisa y unívoca	<i>¿Que impactos tienen las nuevas tecnologías en los periodistas?</i>	<i>¿Qué impactos tienen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el proceso de</i>

La pregunta inicial ha de ser	NO	SÍ
	<p>Es una pregunta vaga, es decir lo contrario de precisa. A que nuevas tecnologías se refiere?, y a que aspectos de la “vida” del periodista?</p> <hr/> <p><i>¿Hasta que punto la presencia de los centros de poder en los medios de comunicación responde al control de los mismos sobre la totalidad de sociedad y a la defensa de sus intereses para mantener su posición?</i></p> <p>Es una pregunta demasiado larga y complicada, que dificulta identificar la prioridad de la investigación</p>	<p><i>producción de la noticia?</i></p> <p>A pesar de que también se trata de una pregunta amplia, es una pregunta precisa</p> <hr/> <p><i>¿Cuál es el encuadre (news frame) dado a los centros de poder nacionales e internacionales en la prensa española?</i></p> <p>Se trata de una pregunta concisa y unívoca --no por ello menos ambiciosa--, aunque requiera de precisar conceptos como importancia, encuadre y centros de poder en el marco teórico y conceptual.</p>
<p>Factible: hay que tener en cuenta las posibilidades temporales, económicas y de experiencia</p>	<p><i>¿Cuáles son los rasgos característicos de la televisión privada española respecto de las televisiones de otros países?</i></p> <p>En este caso es difícil que un estudiante se plantee este tema como trabajo de curso. No dispondrá ni del tiempo. Ni de los recursos ni de las capacidades para llevarlas a cabo, por lo que no será factible.</p>	<p><i>¿Qué diferencias y similitudes pueden encontrarse en la programación entre la TV5 española, italiana y francesa?</i></p> <p>Tanto las dimensiones de la investigación necesaria para dar respuesta a esta pregunta, como las capacidades para llevarla a cabo, están al alcance (es factible)</p>
<p>No implicar juicios de valor</p>	<p><i>¿Es justo el tratamiento que dan las televisiones españolas a Catalunya?</i></p> <p>El concepto de “justo” es un concepto moral, por lo que una investigación no puede dar respuesta</p>	<p><i>¿Cual es la opinión de los catalanes respecto de la imagen que las televisiones de ámbito estatal ofrecen sobre Catalunya?</i></p> <p>El ubicar la pregunta en el terreno de la opinión de un grupo determinado, permitiría que los mismos respondieran a la justicia o injusticia según sus criterios morales o ideológicos.</p>

Fuente: Olga Del Rio

Para continuar avanzando en la construcción del objeto de estudio deben formularse los objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación.

4.2 Objetivos y preguntas de la investigación

Los **objetivos de investigación** determinan aquello que pretende alcanzar la investigación. Han de ser claros, asumibles y alcanzables (se recomienda que no sean más de tres o cuatro).

De manera general, para la planificación de la investigación se consideran dos tipos de objetivos que se conocen como general y específico/s. Por **objetivo general** se entienden aquellos de más amplio alcance en el que se inscribe la investigación. Correspondería a la pregunta inicial (y a la hipótesis general). Como **objetivos específicos** se entiende aquellos

de menor nivel de abstracción y que pueden ser utilizados para desagregar diferentes cuestiones presentes en el objetivos general, que faciliten la realización de la investigación. Para mantener la coherencia interna de la investigación, la “suma” de los objetivos específicos no debe ser nunca superior al objetivo general, ni a la pregunta inicial o el planteamiento del problema. Es un error común en los investigadores noveles definir objetivos específicos que superan el alcance del objetivo general. La lógica interna señalada puede plasmarse de la siguiente manera:

$$\textit{Objetivo general} = \textit{objetivo específico 1} + \textit{objetivo específico 2} + \textit{objetivo específico}_n$$

Los objetivos siempre deben empezar por un verbo infinitivo, que ofrezca información sobre hasta donde se pretende llegar (describir, identificar, determinar, evaluar, dimensionar, establecer, proponer, etc..), a continuación se presentan algunos ejemplos (Del Rio y Velázquez, 2005):

- Describir las transformaciones en los quehaceres (rutinas) profesionales en el medio televisivo derivadas de la convergencia tecnológica
- Evaluar el impacto de la violencia presente en los dibujos animados sobre los niños y niñas españoles.
- Caracterizar la presencia del derecho a la información y la comunicación en las constituciones democráticas latinoamericanas
- Determinar si existe discriminación por razón de sexo en las condiciones laborales y de desempeño profesional de los periodistas catalanes

Las **preguntas de investigación** son aquellas que la investigación debe contestar para poder alcanzar los objetivos de la investigación. La respuesta a las mismas – o la contrastación de las hipótesis-, corresponderían (y determinarían) los apartados del análisis de resultados en la elaboración de un informe de investigación.

Además de definir los objetivos, el tema de investigación puede plantearse en forma de preguntas, por lo que éstas tienen la ventaja de presentarlos de manera directa, minimizando la distorsión (Christensen, 2000). Además, las preguntas de investigación pueden vincularse a los objetivos en el entendimiento de que las respuestas a dichas preguntas son las que nos permitirán alcanzar los mismos (Hernández Sampieri et al. 2003).

No existe una regla fija sobre cuantas preguntas de investigación debe haber en una investigación, su número queda a la discreción de los investigadores. Pueden darse los siguientes casos:

- existe una sola pregunta de investigación que es la pregunta inicial

- existe una pregunta de investigación vinculada a cada uno de los objetivos específicos
- existe una pregunta inicial y varias preguntas de investigación vinculadas a los objetivos específicos
- existen varias preguntas de investigación para cada uno de los objetivos específicos

La lógica interna de la investigación también demanda la coherencia entre los objetivos, preguntas e hipótesis, tal y como se muestra a continuación.

ejemplos de objetivos, preguntas e hipótesis de investigación en comunicación

Objetivo	Pregunta/s	Hipótesis
Determinar la influencia del consumo de productos audiovisuales norteamericanos de ficción, sobre la concepción de “éxito social” entre los jóvenes españoles	¿Cómo influye el consumo de productos audiovisuales norteamericanos de ficción sobre la concepción de “éxito social” en los jóvenes españoles?	A mayor consumo de audiovisuales norteamericanos de ficción por parte de los jóvenes españoles, mayor es la equiparación entre “éxito social” y “éxito económico”
Identificar y dimensionar el potencial de las TIC para el desarrollo humano asignado por los principales actores del sistema internacional de cooperación al desarrollo	¿Qué es el desarrollo humano y cuáles son las diferencias con otras visiones del desarrollo?	Por tener un carácter exploratorio no requiere de hipótesis
	¿Cuáles son las características generales de las TIC y del proceso de digitalización resultante?	
	¿Cuáles son las principales potencialidades de la TIC para el desarrollo humano?	
Establecer la influencia de la cobertura noticiosa sobre la Unión Europea (UE) ²	¿Son las TIC una oportunidad o una amenaza para el desarrollo humano a escala mundial? ¿en que se concreta dicha oportunidad o amenaza?	La exposición a una noticia en la que predomina un encuadre que destaca las ventajas de la ampliación de la UE, frente a una noticia en la que se destacan las desventajas, ejercerá un efecto positivo en las actitudes hacia la UE y su ampliación ³
	¿La cobertura noticiosa sobre la Unión Europea (UE) influye en las actitudes hacia la UE y su ampliación por parte de los ciudadanos y ciudadanas?	

Fuente: Olga Del Rio

Una vez establecidos los objetivos y/o las preguntas de investigación, el siguiente paso es la justificación y factibilidad de la investigación.

² (Vreese y Boomgaarden, 2003; tomado de Igartua, 2006)

³ (Vreese y Boomgaarden, 2003; tomado de Igartua, 2006)

4.3 Justificación y factibilidad de la investigación

Los pasos anteriores han permitido delimitar y centrar el objeto de estudio. La justificación es el tercer elemento clave en el planteamiento del problema de investigación. La justificación se realiza en dos bloques:

- i) la justificación de diferentes aspectos delimitados en la construcción del objeto de estudio, como por ejemplo: la justificación del tema de análisis, la justificación del corpus de estudio y la justificación del periodo analizado
- ii) la justificación sobre la relevancia de la investigación, debe justificarse el interés de la investigación a partir de: su proyección social, sus implicaciones prácticas y su valor teórico y/o metodológico

En las investigaciones por encargo, dicha relevancia viene determinada por el cliente (privado o público), por lo que podría no ser necesario este apartado en estos casos.

La factibilidad hace referencia al hecho de disponer de los recursos humanos, técnicos y materiales para llevarla a cabo, así como del tiempo necesario. Aunque el calendario y los presupuestos se realizan y aparecen más adelante en el proyecto de investigación, es este el momento de realizar esta reflexión, y establecer los recursos necesarios de forma aproximada. De no hacerlo pudiera darse el caso que en el momento de realizarse el presupuesto los costes fueran demasiado altos y hubiera que rehacer todo el proyecto para ajustarlo a los recursos disponibles.

5 Construcción del objeto de estudio: marco teórico y conceptual

El marco teórico (referencia o conceptual) es el resultado del posicionamiento del investigador/a dentro de un paradigma o teoría, del que derivan miradas teóricas y metodológicas⁴. Del marco teórico y conceptual dependerá en parte el diseño de la investigación.

Pueden encontrarse diversas formas de organizar el marco teórico y conceptual. En este caso se ha dividido en seis apartados, con el objetivo de guiar mejor a los investigadores noveles.

La elaboración del marco teórico y conceptual debe iniciarse siempre con una **revisión documental**. Se trata de la identificación, extracción y recopilación de la información existente sobre el tema. Dicha información suele extraerse de la literatura y documentación

⁴ Recordar los diferentes paradigmas señalados en apartados anteriores

existente, pero también pueden utilizarse otros métodos como las entrevistas a expertos.

En esta etapa deben realizarse una sistematización de la información que facilite el manejo de la misma (con una idea, con cifras, con citas, con un resumen, etc.). Se hace necesario tomar todos los datos de los textos revisados y elaborar fichas bibliográficas.

No existe ninguna receta sobre los procedimientos que hay que seguir para optimizar -en tiempo y recursos--, el proceso de recopilación, extracción y análisis documental y bibliográfico. Sin embargo a continuación se ofrecen algunas indicaciones que pueden ser de utilidad.

¿Cómo realizar la revisión documental?

- i. A partir de la delimitación del objeto de estudio, el problema o pregunta inicial y los objetivos. se extraen algunas palabras clave que nos puedan servir para buscar en la biblioteca y en Google (recordemos que disponemos del “Google”, “Google libros” y “Google académico”). Es conveniente empezar por el normal pero buscar en los tres, así como en la biblioteca.
- ii. En la medida de lo posible, el primer paso será realizar una entrevista a un experto o experta que nos permita una primera aproximación al tema, a la vez que nos ayude a: i) identificar lo que en opinión del experto/a es más importante sobre el tema en cuestión y ii) los posibles autores u textos relevantes para nuestro trabajo.
- iii. Posteriormente, debe tratarse de identificarse libros, estudios o artículos académicos relativamente recientes siempre que sea posible. La bibliografía de dichos libros, estudios o artículos nos servirán también como pistas bibliográficas. Así que cuando encontremos estudios o artículos académicos que nos parezcan muy útiles debemos revisar los títulos que aparecen en la bibliografía, seleccionar los que nos parezcan más adecuados y seguirles la pista ...
- iv. Una vez identificados los primeros documentos nos será más fácil afinar las palabras clave y mejorar los criterios de búsqueda. Una primera revisión se basará en el índice de contenidos de los libros y estudios. Si en el índice no aparece nada que pueda parecernos útil, se revisará la bibliografía. En el caso de que ni el índice ni la bibliografía nos sea útil desestimaremos el libro, no sin antes tomar las referencias bibliográficas completas y elaborar una ficha, para tener registrados los libros o estudios desestimados.
- v. Una vez identificados los documentos considerados más adecuados e importantes para la investigación, se elaboraran las FICHAS BIBLIOGRÁFICAS pertinentes.

Las **fichas bibliográficas** deben recoger la siguiente información:

Referencia bibliográfica completa (autor, año, título, ciudad, editorial)	
Ubicación del documentos (física o electrónica)	
Teoría/s o perspectivas teóricas que se utilizan en el documento	
Metodología utilizada (incluye muestra, técnicas, instrumentos, etc.)	
Resultados del estudio o estudios de caso más importantes	
Aspectos más relevantes de utilidad para la investigación	

5.1 Antecedentes

Los antecedentes recogen aquella información existente anteriormente y relativa al tema. Se realiza a través de la revisión de otras investigaciones, artículos, entrevistas, etc. La exposición de los antecedentes puede organizarse según diferentes criterios: por autores, por enfoque teórico, cronológicamente, etc. Debe centrarse en los aspectos que se señalan en el ficha: tema, enfoque teórico, metodología y resultados, destacando los aspectos más relevantes para la investigación.

5.2 Bases teóricas

Son aquellas teorías de distintas áreas de ciencias de la comunicación u otras disciplinas, que, por estar relacionadas con el objeto de estudio se toman en consideración para acercarse al objeto de estudio. Se toman en consideración para obtener un marco de información y sustentación que permitan y ayuden a la interpretación de los hechos o fenómenos objeto de estudio (Del Rio y Velázquez, 2005). A continuación se ofrece un cuadro que reúne los principales ámbitos actuales de investigación en comunicación y las teorías que se ocupan de cada uno de ellos.

5.3 Enfoque teórico

Una vez revisadas las diferentes teorías el equipo investigador seleccionará la que considere más adecuada o bien definirá su enfoque teórico a partir de algunos aspectos de cada una de ellas. Será el momento de redactar, a partir del estudio, reflexión, sustentación y argumentación de las perspectivas teóricas y metodológicas en la que se ha situado el objeto de estudio, para dar cuenta de su posición teórica ante la investigación.

Principales modelos y perspectivas teóricas en la investigación sobre proceso y efectos mediáticos

Teoría	Publicación de referencia
Teoría de la Espiral del Silencio	Noelle-Neumann, E. (1995), <i>La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social</i> , Barcelona, Paidós.
Agenda Setting	McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972), «The agenda-setting function of mass media», <i>Public Opinion Quarterly</i> , 36, pp. 176-187.
Teoría del Framing	Entman, R. (1993), «Framing, toward a clarification of a fractured paradigm», <i>Journal of Communication</i> , 43, pp. 51-58.
Teoría del Cultivo	Gerbner, G., y Gross, L. (1976), «Living with television: the violence profile», <i>Journal of Communication</i> , 26, pp. 173-199.
Teoría Socio-Cognitiva	Bandura, A. (1996), «Teoría social cognitiva de la comunicación de masas», en Bryant, J., y Zillmann, D. (comps.), <i>Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías</i> , Barcelona, Paidós, pp. 88-126.
Modelo de Capacidad Limitada de Procesamiento de los Mensajes Mediáticos	Lang, A. (2000), «The Limited Capacity Model of mediated message processing», <i>Journal of Communication</i> , 50 (1), pp. 46-70.
Modelo de la Probabilidad de Elaboración	Petty, R. E., y Cacioppo, J. T. (1986a), <i>Communication and persuasion. Central and peripheral routes to attitude change</i> , Nueva York, Springer-Verlag.
Teoría de la Ejemplificación	Zillmann, D., y Brosius, H. B. (2000), <i>Exemplification in communication. The influence of case reports on the perception of issues</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
Teoría del Transporte Narrativo	Green, M. C., y Brock, T. C. (2002), «In the mind's eye. Transportation-imagery model of narrative persuasion», en Green, M. C., Strange, J. J., y Brock, T. C. (eds.), <i>Narrative impact. Social and cognitive foundations</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 315-341.
Modelo de Procesamiento Heurístico del Efecto de Cultivo	Shrum, L. J. (2004), «The cognitive processes underlying cultivation effects are a function of whether the judgments are on-line or memory-based», <i>Communications. The European Journal of Communication Research</i> , 29 (3), pp. 327-344.
Teoría del Manejo Emocional	Zillmann, D. (1988), «Mood management through communication choices», <i>American Behavioral Scientist</i> , 31 (3), pp. 327-340.
Teoría de la Empatía	Zillmann, D. (1991b), «Empathy: affect from bearing witness to the emotions of others», en Bryant, J., y Zillmann, D. (eds.), <i>Responding to the screen. Reception and reaction processes</i> , Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 135-167.
Teoría Disposicional	Raney, A. A. (2003), «Disposition-based theories of enjoyment», en Bryant, J., Roskos-Ewoldsen, D., y Cantor, J. (eds.), <i>Communication and emotion. Essays in honor of Dolf Zillmann</i> , Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 61-84.
Teoría de la Transferencia de la Excitación	Zillmann, D. (1991), «The logic of suspense and mystery», en Bryant, J., y Zillmann, D. (eds.), <i>Responding to the screen. Reception and reaction processes</i> , Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 281-303.

Fuente: Igartua, 2006:40

5.4 Conceptualización, operativización de los conceptos y definición de variables

La selección y articulación de los conceptos teóricos considerados clave para el estudio se realiza durante el proceso llamado **conceptualización**. Debe desarrollarse de acuerdo al significado y enfoque que la investigación le va a dar a cada uno de ellos. Según Ander-Egg (1983:92), para que un **concepto** pueda ser considerado científico debe cumplir los siguientes requisitos: i) acuerdo básico acerca de los que significa: ii) estar definido con precisión el alcance de lo que se quiere dar en la investigación y iii) pertenecer a alguna

teoría que, como contexto denotativo, orienta semánticamente su significado y lo hace teóricamente relevante.

Por su parte, Domínguez y Simó (2003:88) señalan que:

“un **concepto teórico** es una construcción del investigador o de otros que han investigado anteriormente esta mismo aspecto. Resulta, por tanto una reflexión propia con la que se pretende dar respuesta a los objetivos fijados por la investigación. Esto hace que los conceptos tengan una dimensión abstracta y, por lo tanto, no directamente observable, es decir latente”⁵.

La definición conceptual de los términos básicos o conceptualización, es imprescindible para su posterior operativización. En la mayoría de los casos han sido desarrollados en el marco de los paradigmas o teorías y se extraerán de la revisión documental realizada en los apartados anteriores del marco teórico y conceptual.

5.4.1 Las variables

Las variables constituyen el elemento básico de las hipótesis, puesto que estas se construyen sobre la base de relaciones entre variables referentes a determinadas unidades de observación (Del Rio y Velázquez, 2005). Las variables son características observables o aspectos discernibles en un objeto de estudio, que puede adoptar diferentes valores o expresarse en varias categorías (Ander-Egg, 1982). Sierra Bravo (1992:106), ofrece una clasificación de las variables según diferentes criterios que reproducimos parcialmente a continuación.

Tipos de variables

Según su naturaleza	cualitativas	<i>Su elementos de variación tiene carácter cualitativo o no numérico</i>
	cuantitativas	<i>Sus elementos de variación son de carácter numérico o cuantitativo</i>
Según su amplitud	individuales	<i>Características de las unidades de observación cuando estas son individuos (sexo, edad, carácter, opinión, etc.) o por ejemplo: las unidades periodísticas, los anuncios, etc.</i>
	colectivas	<i>Las unidades de observación son colectivos, conjuntos, grupos o instituciones (periódicos, agencias de publicidad, empresas audiovisuales, etc.)</i>
Según su nivel de abstracción	generales	<i>Se refieren a realidades no inmediatamente observables o medibles empíricamente (conceptos o constructos)</i>
	intermedias	<i>Expresan dimensiones o aspectos parciales de las variables generales, mas concretos y cercanos a la realidad</i>
	indicadores	<i>También llamadas variables empíricas, que representan aspectos de las dimensiones directamente observables o medibles</i>
Según la escala que forman	nominales	<i>Distinción de diversas categorías sin ningún orden entre ellas (sexo, tipo de revistas compradas, etc.)</i>
	ordinales	<i>Distinción entre diversas categorías y que además dichas categorías implican un orden o pueden ordenarse (nivel de estudios, clase social, grupos de edad, etc.)</i>
	de intervalo	<i>Suponen a la vez orden y grados de distancia igual entre sus categorías, pero no tienen un origen natural, sino convencional (coeficiente de inteligencia, índice de lectura, puntuación obtenida en una escala de integrismo-progresismo, etc.)</i>

⁵ Traducido del catalán por la autora de este capítulo

	de razón	<i>Comprenden todos los aspectos anteriores: distinción, orden, distancia y origen único natural (edad, peso, número de hijos, número de revistas compradas, etc.)</i>	
Según su posición en la investigación	internas	dependientes	<i>Son las variables a explicar</i>
		independientes	<i>La categoría de “independiente” no es permanente, sino que depende de la posición que ocupan en la investigación. Son las variables explicativas, cuya asociación e influencia en la variables dependientes se pretende descubrir en la investigación</i>
	externas	relevantes	<i>Son importantes para la investigación</i>
		irrelevantes	<i>No son importantes para la investigación</i>

A pesar que las variables son casi siempre vinculadas a técnicas cuantitativas, son también imprescindibles en las técnicas cualitativas, ya que se trata de aspectos en los que se basará la observación y la recogida de información.

5.4.2 Operativización de los conceptos y definición de las variables

La **operativización de los conceptos** supone su desagregación desde los niveles de abstracción de su definición sustantiva hasta la identificación de las variables o indicadores observables. La investigación científica ha de conectar los conceptos abstractos o sustantivos (qué explican el significado de un término) con el mundo empírico a través de la observación. La forma específica del método científico para lograr esa conexión es mediante la definición operativa (u operativización) de los conceptos. La definición operativa “desagrega” en **dimensiones** y estas a su vez en **indicadores** observables y/o medibles los aspectos incluidos en la definición sustantiva. Así, la operativización de los conceptos es el proceso por el cual se pasará de conceptos teóricos a sus variables empíricas y su traducción en la unidades de información que se recogerán.

Por ejemplo en una investigación sobre la situación socio-profesional de los periodistas españoles, y después de realizar el proceso de conceptualización teórica pertinente. Se ofrece un ejemplo de dicho proceso.

Ejemplo de operativización de conceptos y variables

Concepto (variable general)	Dimensiones (variables intermedias)	Sub-dimensiones (variables intermedias)	Indicadores (variables directamente observables)	
Situación laboral-profesional <i>[Identificado y definido teóricamente en el proceso de conceptualización]</i>	Empleabilidad <i>[hace referencia a las posibilidades que tiene un profesional de encontrar empleo]</i>		Adecuación vocacional	
			Competencia profesional	
			Idoneidad (conocimientos y habilidades necesarias)	
			Salud física y mental	
			Salud mental	
			Recursos alternativos	
	Condiciones laborales	Estabilidad en el empleo		Relaciones interpersonales
				Tipo de contrato
				Duración del contrato
				Antigüedad en la empresa

Concepto (variable general)	Dimensiones (variables intermedias)	Sub-dimensiones (variables intermedias)	Indicadores (variables directamente observables)
	[Identificado y definido teóricamente en el proceso de conceptualización]	[...]	Percepción subjetiva de peligro del puesto de trabajo
		Ingresos y prestaciones sociales [...]	Tipo de ingresos
			Cantidad de ingresos
			Otras formas de remuneración
			Prestaciones sociales disponible
		Posición jerárquica y responsabilidad [...]	x y
		Movilidad laboral [...]	
		Representación sindical [...]	
		Otros [...]	
		Desempeño profesional [Identificado y definido teóricamente en el proceso de conceptualización]	Cualificación del lugar de trabajo [...]
	Nivel de estudios y titulación requerida		
	Habilidades/ competencias del lugar de trabajo		
	Capacidad de control del trabajo [...]		Autonomía
			Organización
			Intervención
	Satisfacción [...]		
	Reciclaje profesional		
	Otros		

Fuente: Olga Del Río

5.5 Formulación de las hipótesis

Una hipótesis es una construcción elaborada como conjetura, suposición o inferencia. Es una solución o respuesta probable al problema o a la/s pregunta/s de investigación. Pueden elaborarse a partir de una teoría o de la experiencia.

Las hipótesis han de contener aquellas las variables que al investigador le interesan para como instrumentos de comprobación de la mismas. Una variable es una propiedad que se puede observar y que puede variar, adquirir diferentes valores y que puede ser observable o inferible (Del Río y Velázquez, 2005). Por ello las variables se han de detectar, definir conceptualmente y operativamente (Ander-Egg, 1982), como se verá mas adelante.

Las hipótesis contienen tres elementos estructurales que son:

- i) Las *unidades de análisis* o de observación: individuos, instituciones, medios, noticias, etc.
- ii) Las *variables* son los atributos, características, o propiedades cualitativas o cuantitativas que manifiestan en las unidades de observación.
- iii) El enlace lógico o término de *relación*: describe la relación existente entre las unidades de análisis con las variables y de éstas entre sí.

En la hipótesis: "a mayor satisfacción entre la pareja, menor la frecuencia de infidelidad conyugal", i) las *unidades de observación* son las parejas; ii) las *variables* son satisfacción e infidelidad conyugal; iii) el término de relación: a mayor...menor frecuencia.

Es complicado clasificar de forma exhaustiva los diferentes tipos de hipótesis existentes, ya que hay diversos criterios clasificatorios (Ander-Egg, 1974).

Tipos de hipótesis

Tipos de hipótesis		Ejemplos		
Hipótesis Descriptiva	Simple	<i>El uso de las redes sociales es un hecho frecuente en Europa</i>		
	Comparativa	De tiempo (momento)	<i>El uso de las redes sociales ha aumentado en los últimos cinco años</i>	
		De espacio (lugar)	<i>El uso de las redes sociales ha aumentado más en los entornos urbanos que en los rurales</i>	
		De grupos	<i>El uso de las redes sociales ha aumentado más entre los jóvenes</i>	
Hipótesis Relacional (explicativa)	Analítica	Simple (hay relación entre las variables pero no dependencia)		<i>Cuando el uso de las redes sociales es satisfactorio, hay también una motivación relacional</i>
		Reversible – irreversible	Si X, entonces Y, pero si Y, entonces X	<i>El uso de las redes sociales (causa) aumenta el círculo social (efecto); pero el aumento del círculo social (causa), genera a la vez, un mayor uso de las redes sociales (efecto)</i>
			Si X, entonces Y, pero no viceversa	<i>La edad influye en la salud</i>
		Determinista – estocástica	Si X, entonces siempre Y	<i>La concentración de los medios de comunicación reduce el pluralismo informativo</i>
			Si X, entonces probablemente Y	<i>La lectura habitual de prensa favorece la comprensión del mundo</i>
		Secuencial – coexistente	Si X, entonces más tarde Y	<i>Cuanto más grande es el grado de insatisfacción laboral de un periodista en una empresa, antes acabará dejando esa empresa</i>
			Si X, entonces también Y	<i>El poder mediático proporciona poder político</i>
		Suficiente – contingente	Si X, entonces Y, independiente de cualquier otra cosa	<i>El acceso a las universidades privadas depende del nivel económico</i>
			Si X, entonces Y, pero solo si Z	<i>La motivación es el factor determinante para el estudio de idiomas, pero siempre que se disponga de los recursos para hacerlo</i>
		Necesaria – sustituible	Si X, y solo si X, entonces Y	<i>Las horas de trabajo influyen en las calificaciones</i>
			Si X, entonces Y, pero si Z, también Y	<i>La lectura de prensa está relacionada con el nivel de estudios (pero también con otros factores)</i>

Tipos de hipótesis		Ejemplos
	Programática decisional (predecir en el futuro y tomar una decisión)	<i>Las campañas de sobre métodos anticonceptivos hacen que disminuyan los embarazos no deseados</i>

Fuente: Elaborado por Olga Del Río, basado parcialmente en Domínguez y Simó, 2003 y en Sierra Bravo, 1992

Así, las hipótesis serían las “respuestas” a las preguntas de investigación. Puede trabajarse con una sola hipótesis que respondería a la pregunta inicial/general o bien con varias, derivadas de las preguntas de investigación (a su vez vinculadas a los objetivos). Nos son necesarias en los estudios exploratorios, y pueden considerarse en los descriptivos y en los cualitativos. Se incorporan en este apartado del documento del proyecto, pero pueden elaborarse y deben revisarse después de la realización del marco teórico y conceptual.

6 Diseño de la investigación y metodología de trabajo

El diseño de la investigación o la metodología de trabajo hace referencia al *cómo* de la investigación. En este apartado se diseña operativamente el resto del proceso de investigación, por lo que se han de tomar decisiones referentes a (Domínguez y Simó, 2003:68):

- el tipo de investigación que se seguirá
- la elección de la metodología concreta (cuantitativa, cualitativa, etc.)
- qué se observará (el objeto de estudio y la definición pertinente de los datos)
- a quién se observará (la delimitación de la “población” objeto de estudio)
- la elección de la muestra
- cómo se observará (selección y preparación de las técnicas de recogida y análisis de la información)

En este apartado se debe ser especialmente cuidadoso con el mantenimiento de la coherencia interna de la investigación ya que la muestra, el contenido de los instrumentos de recogida de la información y el procesamiento de los datos viene determinado por las preguntas de investigación o hipótesis y las variables que las conforman.

6.1 Caracterización de la investigación

La caracterización de la investigación es un aspecto básico en el diseño de la investigación y en la planificación de la investigación, ya que la “acotación” de la misma acerca al investigador/a a una primera toma de decisiones sobre lo que mas tarde se concretará (Del Río y Velázquez, 2005).

Así, en el documento del proyecto de investigación, en este apartado debe explicarse como es nuestra investigación según cada uno de los criterios de clasificación que se ofrecen,

explicándolo argumentativa y sintéticamente. Cualquier investigación social puede clasificarse en función de los aspectos que atienda. Sierra Bravo (1992:33) ofrece una amplia clasificación de los tipos de investigación social, que se ofrece, parcialmente, a continuación:

Tipos de investigación social

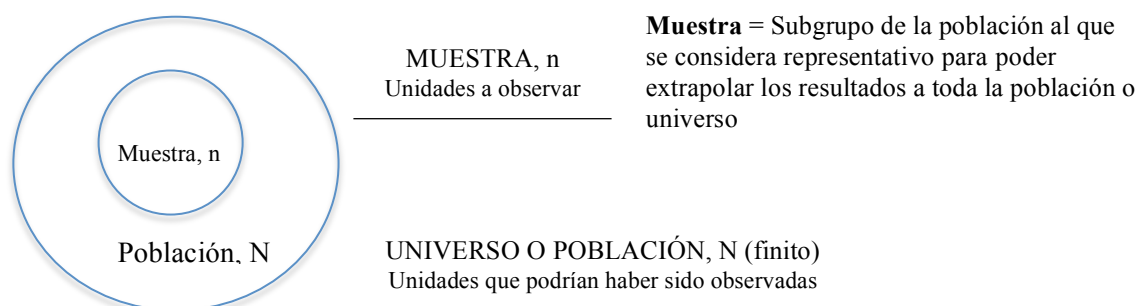
Según su finalidad	Básica	<i>Su finalidad es el mejor conocimiento y comprensión de los fenómenos sociales (conocer, explicar)</i>	
	Aplicada	<i>Busca mejorar la sociedad y resolver sus problemas (predecir y actuar)</i>	
	Seccional	<i>Se refiere un momento específico o a un tiempo único (t)</i>	
Según su alcance temporal	Longitudinal <i>(extender el análisis a una sucesión de momentos temporales t₁, t₂)</i>	Retrospectiva	<i>Las series de tiempo se refieren al pasado</i>
		Prospectiva	<i>Las series de tiempo se refieren al presente y al futuro</i>
		De panel	<i>Si en las investigaciones sucesivas se observan los mismos individuos</i>
		De tendencia	<i>Si en las investigaciones sucesivas se observan diferentes individuos</i>
Según su profundidad	Exploratoria	<i>Persiguen explorar un fenómeno o aspecto, no requiere de hipótesis</i>	
	Descriptiva	<i>Tienen como objetivo central describir el comportamiento de una o mas variables dependientes en un población definida o en una muestra de una población</i>	
	Explicativa	<i>No solo pretenden observar variables, sino estudiar las relaciones de influencia entre ellas para conocer su estructura y los factores que intervienen en los fenómenos y su dinámica</i>	
Según las fuentes	Primarias	<i>Los datos o hechos son recogidos para la investigación y recabados por quien efectúa la investigación</i>	
	Secundarias	<i>Las investigaciones que se realizan a partir de datos ya existentes, recogidos por otras personas o instituciones. Por ejemplo la utilización de grandes bases de datos sin los cuales algunos aspectos no sería factible investigarlos por los costos.</i>	
	Mixtas	<i>Utilizan fuentes primarias y secundarias</i>	
Según el carácter	Cualitativas	<i>Se centra en descubrir el sentido y significados de las acciones sociales o hechos</i>	
	Cuantitativas	<i>Se centra en los aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación</i>	
Según su naturaleza	Empíricas	<i>Trabajan con hechos de experiencia directa no manipulados</i>	
	Experimentales	<i>Se apoyan en la observación de fenómenos provocados o manipulados en laboratorio o ambientes artificiales</i>	
	Documentales	<i>Tiene como objeto directo la observación de fuentes documentales</i>	
	Encuestas	<i>Los datos manejados proceden de las manifestaciones verbales o escritas de los sujetos observados</i>	

Fuente: Sierra Bravo, 1992:33-36

6.2 Población y muestra

Una vez definido el problema, formuladas las hipótesis e identificadas las variables, ha de explicitarse las características que permitirán discriminar las **unidades de análisis** de la investigación, es decir delimitar aquellas que formarán parte del universo/población y las que quedaran fuera de la misma. Además ha de tomarse la opción de si van a observarse todas las unidades de análisis que forman el universo (en cuyo caso se trataría de un **censo**) o bien si se observa únicamente una parte del **universo**, en tal caso se estaría hablando de una muestra. En universos pequeños, el censo puede ser una opción factible, pero en universos o poblaciones grandes resulta difícilmente asumible en términos de costos y tiempos, por lo que las muestras son ampliamente utilizadas en las ciencias sociales. “Una **muestra** es una parte de un conjunto, población o universo debidamente elegida que se

somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados validos también para el universo de la investigación” Sierra Bravo, 1992:174), tal y como se lustra en el siguiente “diagrama de Venn”.



Hay dos tipos de muestras: probabilísticas y no probabilísticas. El optar por un tipo u otro de muestra se determina de acuerdo con:

- los objetivos/finalidad del estudio o investigación,
- el tamaño del universo/población
- la relación entre coste y eficacia
- las limitaciones de tiempo
- el margen de error permitido

Se presenta una tabla, no exhaustiva, pero que incorpora los tipos de muestra más habituales en el campo de las ciencias sociales:

Tipos de muestras y ejemplos

Tipos	Sub-tipos	Características básicas	Ejemplos
MUESTRAS PROBABILÍSTICAS: <u>Estadísticamente representativa.</u> Permite medir el nivel de error en las predicciones. Todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Se obtiene mediante reglas matemáticas por lo que la probabilidad de selección es conocida y se puede calcular el error muestral	Muestra aleatoria simple	Todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser escogidos directamente como parte de la muestra. Consiste en sacar por medio de un sorteo riguroso, una serie de unidades de un universo, hasta completar el tamaño de la muestra que se haya fijado. Normalmente se utilizan las tablas de números aleatorios (el proceso completo se explica más adelante)	<i>Si se quiere conocer la presencia de la emigración en la prensa europea de forma estadísticamente representativa, deberá extraerse una muestra de una población definida hasta el nivel de las unidades de análisis: por ejemplo la población o universo serán definidos como “diarios de información general, de pago, con una tirada superior a 200.000 ejemplares de los países de la Unión Europea, durante 2011. Si dichas características las cumplen 15 cabeceras, las unidades de análisis que componen el universo serán 15 cabeceras x 365 días = 5.475 ejemplares.</i>
	Muestra estratificada	Una vez se conocen las características del universo o población, se agrupan las unidades de análisis homogéneas entre sí en estratos, categorías o clases. Dentro de cada uno de los estratos se hará luego una selección al azar (aleatoria simple). Se utiliza para mejorar la representatividad d la muestra.	<i>Siguiendo con el ejemplo anterior, el muestreo aleatorio simple se aplicaría en cada unos de los países de la Unión Europea (estratos).</i>

Tipos	Sub-tipos	Características básicas	Ejemplos
MUESTRAS NO PROBABILÍSTICAS: <u>No representativa estadísticamente.</u> La elección de las unidades de análisis no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o del investigador/a que hace la muestra. No se rigen por reglas matemáticas de probabilidad sino por otros métodos y no permiten calcular el margen de error muestral y por lo tanto no son representativas de la población, en todo caso pueden calificarse como “ilustrativas”.	Estratégica	Reúne una serie de unidades de análisis (o personas), seleccionadas conforme a un criterio o característica específica que, en contrapartida, descarta todos aquellos que no la cumplen. Se utiliza mucho en publicidad en general y en los grupos de discusión en particular.	<i>Por ejemplo si se quiere realizar una investigación sobre la presencia de la cooperación internacional para el desarrollo en la “prensa de referencia europea”; los diarios elegidos responderán a una muestra estratégica sustentada teóricamente por el investigador/a. El periodo temporal podrá ser de X semanas elegidas al azar o bien por algún motivo “estratégico-definido por el investigador/a.</i>
	Voluntaria	Personas que quieren participar en un proyecto de investigación (por ejemplo algunas encuestas por e-mail, internet o las preguntas en TV).	<i>Por ejemplo el Colegio de Periodistas realiza una investigación sobre las condiciones socio laborales de los periodistas colegiados, para lo que le envía un cuestionario electrónico. Responden a dicho cuestionario los colegidos y colegiadas que optan voluntariamente por hacerlo.</i>
	De conveniencia	Conjunto de personas o unidades de análisis de fácil localización y accesibilidad para el investigador/a. Se utilizan para pruebas de cuestionarios y otros tipos de trabajos preliminares. También se utiliza mucho en publicidad en general y en los grupos de discusión en particular.	<i>Una marca comercial de refrescos quiere sacar nuevos sabores dirigidos a un target (grupo meta) concreto. Para ello encarga un estudio sobre las preferencias sobre diferentes sabores. Para ello se realizaran una/varios test de sabores entre personas que reúnan las características del target y que sean de fácil localización y accesibilidad</i>
	De cuotas	Se trata de seleccionar personas o unidades de análisis que cumplen un porcentaje conocido o determinado del universo.	<i>Por ejemplo, un investigador interesado en comparar los hábitos de consumo televisivo entre los poseedores de un ordenador y ADSL y los que no lo poseen, podría saber que el 40% de la población a estudiar tiene ordenador +ADSL y que el 60% no tiene y, en consecuencia establecer que su muestra se componga de un 40% de poseedores de ordenador +ADSL y un 60% de personas que carezca de él (para así reflejar la característica principal de esa población para su estudio)]</i>

Elaborado por Olga Del Rio

A continuación se presentan los pasos básicos a seguir para la delimitación de una muestra:

- **Definir la población o universo:** a) delimitar las características de la población o universo; b) definir lugar físico, espacio, territorio, etc., a los que pertenecerán las unidades de análisis; c) definir el periodo/s temporal/es: periodo de tiempo estudiado; d) delimitar las unidades de análisis, que pueden ser individuales/simples (individuos, unidades periodísticas, anuncios, etc.) o colectivas (organizaciones, periódicos, canales, grupos, marcas, etc.).

Ejemplo: diarios de información general, de pago, con una tirada superior a 200.000 ejemplares (características del universo o población), de los países de la Unión Europea (territorio), durante 2011 (periodo temporal).

- **Identificar el marco del muestreo:** cuantificación o listado de todas las unidades del universo que puedan ser seleccionadas en la etapa de muestreo. Determinar la cantidad de unidades de análisis que conforman el universo.

Ejemplo: Las unidades de análisis serán todos los ejemplares del año 2011, de cada una de las cabeceras seleccionadas (en el caso de los diarios que cumplen las características especificadas fueran quince, las unidades de análisis serían: 15 cabeceras x 365 días = 5.475 ejemplares que conformaran la población o universo objeto de análisis)

- **Elegir el tipo de muestreo:** cuando el tamaño del universo es muy amplio y no es posible “observar” a todas y cada una de las unidades de análisis, se toma una muestra representativa (probabilísticas) o ilustrativa (no probabilísticas) de dicho universo.

- **Determinar el tamaño de la muestra:** en el caso de optar por muestras no probabilísticas el investigador/a decidirá en tamaño de la muestra según considere. En el caso de optar por un tipo de muestreo probabilístico, deben tenerse en cuenta⁶:

a) la confianza o el porcentaje de confianza, que es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población (censo). Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de todos los casos, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones sociales se busca un 95%. Probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. El nivel de confianza no es ni un porcentaje, ni la proporción que le correspondería, a pesar de que se expresa en términos de porcentajes;

b) el error o porcentaje de error, que equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa: rechazar la hipótesis verdadera por considerarla falsa. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo del error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población (censo), por lo que conviene correr un cierto riesgo de equivocarse. Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 6% como error, tomando en cuenta de que no son complementarios la confianza y el error. Cualquiera sea el procedimiento utilizado y la perfección del método empleado, la muestra diferirá de la población. A esta diferencia se la denomina error de muestreo. Cuando una muestra es aleatoria o probabilística, es posible calcular sobre ella el error muestral. Este error indica el porcentaje de incertidumbre, es decir, el riesgo que se corre de que la muestra elegida no sea representativa. Si trabajamos con un error calculado en 5%, ello significa que existe un 95% de probabilidades de que el conjunto muestral represente adecuadamente al universo del cual ha sido extraído. A medida que incrementamos el tamaño de la muestra, el error muestral tiende a reducirse, pues la muestra va acercándose más al tamaño del universo.

c) Para fijar el tamaño de la muestra adecuado a cada investigación, es preciso primero

⁶ Para saber más ver: Sierra Bravo, 1992; Wimmer y Dominick, 1996; Clegg, 1984

determinar el porcentaje de error que estamos dispuestos a admitir. Una vez hecho esto, deberán realizarse las operaciones estadísticas correspondientes para poder calcular el tamaño de la muestra que nos permite situarnos dentro del margen de error aceptado.

- **Determinar los pasos para la selección de las unidades muestrales**, detallando cada uno de los pasos que se seguirán. Los investigadores/as sociales no necesariamente tienen conocimientos de estadística aplicada suficientes para realizar según qué tipos de muestreo probabilístico. En ese caso debe preverse la participación de alguien especializado en estadística aplicada o la contratación externa de ese servicio.

6.3 Métodos y técnicas para la recogida de la información

Consiste en delimitar y justificar los métodos y técnicas que se utilizarán. Los métodos de investigación se pueden definir como los procedimientos utilizados por los investigadores para recoger la información o realizar la observación.

En las ciencias sociales se diferencia entre métodos/técnicas **cualitativas** (observación etnográfica, dinámica de grupos, entrevistas en profundidad, test proyectivo, análisis socio-semiótico, historias de vida, análisis retórico, análisis crítico, etc.) y métodos/técnicas **cuantitativas** (análisis de contenido, encuestas, índices de audiencia, experimentos, etc.), que son desarrollados en capítulos posteriores.

También tendrá que indicarse en qué momento y por qué motivos se ha tomado dicha opción. Los métodos y técnicas a utilizar dependen en cada caso concreto de una serie de factores tales como (Ander-Egg, 1982:162):

- la naturaleza del fenómeno a estudiar
- el objeto de la investigación
- los recursos financieros disponibles
- los recursos humanos que realizarán la investigación

Normalmente hay tres etapas en la realización de la investigación y que deben relatarse en este apartado, y que suelen ser las siguientes:

- **Una primera etapa de trabajo de gabinete**, a) en la que se revisa el proyecto, se profundiza en la investigación documental, se profundiza en el enfoque teórico y se revisan los conceptos, las variables y las hipótesis (en el caso de que las haya) y/o las preguntas de investigación; b) en la que se elaborará y probará el/los instrumentos de recogida de información.

- **Una segunda etapa de trabajo de campo**, en la que se aplicaran las técnicas e instrumentos construidos al universo o muestra seleccionada. En este apartado deben explicitarse los pasos que se seguirán para la recolección de los datos.
- **Una tercera etapa de trabajo de gabinete**, en esta etapa es cuando se realizará a) el procesamiento de los datos, b) el análisis e interpretación de la información (plan de análisis), c) la elaboración del informe de resultados (en el que se comprobará que se da respuesta a la pregunta inicial y/ se contrastan las hipótesis), y d) la difusión de los resultados (plan de comunicación).

El documento del proyecto debe explicitar los pasos en cada una de estas fases.

Diferencias entre la investigación cuantitativa y cualitativa

Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa
- Se focaliza en variables específicas	- Se focaliza en la experiencia completa del sujeto
- Objetividad	- Subjetividad
- Rigor científico, manipulación y control; en ocasiones escenarios artificiales (laboratorio)	- No manipulación o control; escenarios naturales
- Pone a prueba un determinado marco teórico. Se establece un proceso de revisión bibliográfica	- No busca contrastar un modelo teórico. La revisión bibliográfica puede utilizarse como otra fuente de información (triangulación)
- Prioritariamente deductivo. Desde principios generales (teorías) concebir predicciones específicas que se pretenden contrastar	- Prioritariamente inductivo. A partir de observaciones específicas desarrolla generalizaciones acerca de los fenómenos
- Busca el contraste de hipótesis	- Busca responder a cuestiones generales
- Utiliza instrumentos de medida estructurados y formalizados (cuestionarios, escalas, libros de códigos de análisis de contenido). Estos deben ser fiables y válidos	- Utiliza una guía flexible de entrevista, la observación u otros métodos que implican la <i>comunicación</i> con el sujeto. También se analizan los significados en textos, documentos y narraciones
- Los sujetos se seleccionan utilizando procedimientos de muestreo (aleatorios o no, muestras de conveniencia); el número de sujetos necesarios se basa en procedimientos de muestreo y en el concepto de <i>potencia estadística</i>	- Se identifica a informantes claves (unos pocos son suficientes); el número de casos (sujetos o textos) se establece en función de conceptos como «saturación». Por la aplicación a muestras reducidas, su representatividad y validez es tipológica, no cuantitativa
- Se realiza un análisis estadístico de los datos (números). Se utiliza tanto la estadística descriptiva como la inferencial	- Se analizan narraciones y se buscan los patrones y temas emergentes; no se efectúa una codificación estadística (inferencial, aunque sí puede darse una de tipo descriptivo)

Fuente: Igartua, 2006: 95

7. Calendario, recursos y presupuesto

Una vez identificadas todas las tareas a realizar, pueden identificarse y dimensionarse las necesidades de tiempo y recursos que se requieren, así como el costo de los mismos que dará lugar al presupuesto.

7.1 Calendario o periodización

Una vez ya se han identificado las actividades a realizar en cada una de las fases, ha de elaborarse un resumen del plan de trabajo y sus diferentes actividades distribuidas en el tiempo para cada uno de los participantes en la investigación. A continuación se propone un formato para ello.

Periodización o cronograma

Actividad	Persona	Meses												
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Configuración y puesta en marcha														
Conformación del equipo de investigación y distribución de funciones internas.	Directora del proyecto	X												
Revisión del proyecto de investigación y elaboración. Cronograma detallado del proyecto.	Todo el equipo	X												
Realización trámites administrativos/presupuestarios para la puesta en marcha y funcionamiento del equipo de trabajo (contratos, cuentas bancarias, procedimientos...).	Personal administrativo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Elaboración marco teórico														
Revisión documental.	Todo el equipo técnico*	X												
Elaboración y puesta en común de los antecedentes sobre el tema.	Todo el equipo técnico	X												
Puesta en común y elaboración de las bases teóricas de la investigación y definición de los términos básicos.	Todo el equipo técnico			X										
Definición del carácter de la investigación (por ejemplo, según la clasificación presentada en este capítulo).	Todo el equipo técnico			X										
Elaboración definitiva de hipótesis y del sistema de variables a utilizar.	Todo el equipo técnico				X									
Revisión y diseño definitivo de la metodología de trabajo														
Delimitación y diseño de la muestra.	Equipo técnico y empresa contratada**				X									
Formación del equipo técnico en el software SPSS.	Empresa contratada				X									
Ejecución de la investigación														
<i>Realización del trabajo de campo:</i>														
— Obtención y grabación cintas a analizar.	Documentalista				X	X								
— Visionado y transcripción.	Investigadores					X	X							
— Explotación estadística de los datos.	Empresa externa							X						
<i>Realización del trabajo de gabinete:</i>														
— Análisis y elaboración de los datos obtenidos con la explotación estadística	Equipo técnico								X	X	X			
— Redacción del informe de la investigación	Equipo técnico													X
Cierre administrativo del proyecto	Administrador y dirección del proyecto													X

* Incluye la dirección del programa, los investigadores y el documentalista.
 ** Recurso técnico.
 Fuente: Elaboración propia (Del Río-Velázquez).

Fuente: Del Río y Velázquez, 2005: 72

7.2 Recursos humanos y presupuesto

Una vez identificadas las tareas a realizar, podrá identificarse el tipo y la cantidad de recursos que requerirá realizar la investigación. Habitualmente se trabaja con recursos humanos, materiales y técnicos:

a) **Recursos humanos**, serán todas las persona de cualquier perfil necesarias para conformar el equipo de investigación (p.e., director/a + investigadores/as + estadístico) y cualquier otro soporte humano que se requerirá para realizar la investigación (p.e., administrativo/a + traductor/a), y que estarán vinculadas orgánicamente a la dirección o coordinación de la investigación). Una forma de establecer los recursos humanos necesarios sería la que se presenta a continuación.

Ejemplo matriz de recursos humanos

Cargo ⁷	#	Perfil profesional	Duración	Dedicación horaria	Coste/ Unidad de medida	Coste Total
Dirección de la investigación	1	Doctor/a en Ciencias de la Comunicación. 10 años de experiencia en investigación. Especialista en análisis semiótico.	24 meses	30 horas/mes	400€/mes	400€/mes * 24 meses = 9.600€
Investigadores/as	2	Licenciados/as en Ciencias de la Comunicación. Más de 5 años de experiencia. 1 especialista en genero + 1 especialista en TV	20 meses*2 investigadores = 40 meses	40 horas/mes	300€/mes	300€/mes * 40 meses = 12.000€
Traductora árabe-castellano	1	Experiencia en traducción soporte televisivo	6 meses	100 horas/mes	900€/mes	900€/mes*6 meses= 5.400€
Estadístico/a	1	Experiencia en estadística aplicada y muestros de grandes universos. Conocimientos SPSS avanzado.	4 meses	20 horas/mes	600€/mes	600€/mes*6 meses= 2.400€
Administrativo/a	1	Experiencia en contabilidad. Uso avanzado de Word y Excel.	22 meses	60 horas/mes	300€/mes	300€/mes*22 meses= 6.600€
Etc.						

Fuente: Elaboración propia

b) **Recursos materiales**, se entiende por recursos materiales todo aquello que se necesite para realizar cualquiera de las actividades de cada una de las fases de realización de la investigación (Véase el presupuesto).

c) **Recursos técnicos**, se hace referencia a aquellos recursos externos de carácter puntual que la investigación requiere, tales como asesoramiento técnico, servicio de traducción, empresa encuestadora, etc.

El **presupuesto** recoge los gastos previsto para la realización de la investigación. Se elabora a partir los cuadros de recursos humanos, materiales y técnicos identificados en la fase anterior. A continuación se presenta un ejemplo de presupuesto⁸.

⁷ En esta casilla o en otra columna pueden especificarse las funciones de cada uno de los miembros. La delimitación de funciones aumenta la eficacia y la eficiencia.

Ejemplo de presupuesto

CONCEPTE	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario (€)	COSTO TOTAL
Recursos Humanos				
Director/a	mes	24	400,0	9.600,0
Investigadores (2)	mes	40	300,0	12.000,0
Administrativo/a	mes	24	250,0	6.000,0
etc.				
Sub Total				27.600,0
Recursos Materiales				
Gastos de mantenimiento (despachos, agua, luz, etc.)	año	2	1.000,0	2.000,0
Gastos en comunicaciones (teléfono)	mes	24	150,0	3.600,0
Material fungible (toner, papel, bolis, carpetas, tarjetas, etc.)	año	2	500,0	1.000,0
Viajes, alojamientos y dietas	año	2	1.500,0	3.000,0
Bibliografía	año	2	500,0	1.000,0
Software SPSS	pack	1	3.000,0	3.000,0
Compra 2 ordenadores y 1 impresora	pack	1	8.000,0	8.000,0
Edición e impresión de los resultados	ejemplares	300	10,0	3.000,0
Mantenimiento web	año	2	300,0	600,0
Etc.				
Sub Total				25.200,0
Recursos Técnicos				
Realización muestra estadística	único	1	2.000,0	2.000,0
etc.				
Sub Total				2.000,0
TOTAL				54.800,0

Fuente: Olga Del Rio

Los costes de la investigación no necesariamente coinciden con las necesidades de financiación externa. Por ejemplo, si la investigación se realiza en un marco académico, es muy probable que se disponga de espacios equipados para el equipo de investigación y que el coste del mismo sea asumido por los presupuestos ordinarios de la universidad. Lo mismo puede ocurrir cuando el equipo investigador está formado por profesorado y/o becarios. En ambos casos, suele ocurrir que dichos costos no se computan como tales, lo que da lugar a que dichas aportaciones se convierten en “invisibles” al no haber aportación monetaria directa. Este aspecto se resuelve dando valor monetario (“valorizando”) todos esos recursos (físicos, técnicos, administrativos, infraestructurales, etc.), incluyéndolos en el presupuesto como “aportación propia” (Del Rio y Velázquez, 2005). Las empresas de investigación de cualquier tipo si incluyen en sus presupuestos los costes derivados de su estructura y necesarios para la realización de la investigación.

⁸ Es recomendable elaborarlo en Excel con las formulas pertinentes para que los posibles cambios actualicen el resto de datos automáticamente y para hacer el seguimiento de la ejecución presupuestaria en la fase de realización de la investigación.

Bibliografía

- ANDER-EGG, E. (1987) *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Editorial Humanitas,
- BAXTER, L.A. y BABBIE, E. (2004) *The basic of communication research*, Toronto, Thomson Wadsworth
- BERGANZA, M.R. y RUIZ J.A. (coord.) (2005) *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid. McGraw Hill.
- CLEGG, F. (1984) “*Estadística fácil : aplicada a las ciencias sociales*”, Barcelona, P Impremta.
- DEL RIO, O. Y VELAZQUEZ, T. (2005) Planificación de la investigación en comunicación: fases del proceso, en Berganza, M.R. Y Ruiz J.A. (coord.) (2005) *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid. McGraw Hill, pag. 43-76
- DOMINGUEZ, M y SIMÓ, M (2003) *Tècniques d’Investigació Social Quantitatives*, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) *El análisis de la realidad social. Métdos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 2001.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R, FERNÁNDEZ COLLADO, C. I BAPTISTA LUCIO, P. (2003) *Metodología de la investigación*. México (DF), McGraw-Hill.
- IGARTUA, JJ y HUMANES, ML (2004) *Teoría e investigación en comunicación social*, Madrid, Editorial Síntesis.
- IGARTUA, JJ, (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch.
- KUHN, T. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- KUHN, T. (1969). “*Postscript*”, *the structure of scientific revolutions*. Chicago. University of Chicago Press, 174-210.
- MCQUAIL, D (2000) *Introducción a la teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós.
- RUIZ OLABUÉNAGA et al. (1998) *Los inmigrantes irregulares en España: la vida por un sueño*. Universidad de Deusto. Departamento de Publicaciones.
- SIERRA BRAVO, R. *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid. Ed. Paraninfo. 1992.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A.,