



## GUÍA DOCENTE

### ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN

Unai Martín Roncero y Yolanda González Rábago

**DESCRIPCIÓN:** La investigación social y la estadística aplicada a la comunicación.

Las técnicas de investigación social, dentro de las cuales se enmarca las técnicas estadísticas, tienen un papel relevante en la actividad académica y profesional de los profesionales de la comunicación. En este sentido, cabe destacar tres objetivos diferenciados en la formación en investigación social aplicada a la comunicación.

- ✓ En primer lugar, las competencias adquiridas por el/la egresado/a, deben permitir una autonomía investigadora suficiente para poder planificar y llevar a cabo proyectos de investigación tanto en el ámbito académico (por ejemplo, estudios sobre emisores, receptores, contenidos, medios, proceso o efectos), como en un ámbito profesional (por ejemplo, periodismo de precisión, estudios de audiencias, mercado o evaluación de campañas).
- ✓ En segundo lugar, se deben desarrollar las competencias necesarias para un correcto análisis, comprensión y evaluación de proyectos de investigación social que posibilite la incorporación de sus resultados a la mejora de la actividad académica o profesional.
- ✓ Por último, el/la futuro/a egresado/a debe adquirir las competencias que le permitan una correcta interpretación de datos cuantitativos o de otro tipo de investigaciones para su correcta presentación y difusión a través de los diferentes formatos de comunicación.

Esta asignatura trata de dar respuesta a estas necesidades del egresado en comunicación, encuadrando la estadística tanto como parte del proceso de investigación social para la generación de conocimiento en torno a la comunicación, como para saber interpretar, valorar y comunicar informes y noticias de contenido estadístico básico.



## OBJETIVOS

El objetivo del curso es realizar una introducción a las herramientas básicas de análisis estadístico enmarcadas en el proceso de investigación social en comunicación. Para ello, en primer lugar, se planteará como objetivo conocer el método de investigación social en sus diferentes fases y técnicas. En segundo lugar, y enmarcado en ese proceso de investigación social, se plantea el objetivo de aprender a calcular e interpretar las principales herramientas de análisis estadístico univariante y bivariante, así como identificar los supuestos para su aplicación. Asimismo, en este proceso, se plantea como otro de los objetivos, conocer las características básicas de la estadística inferencial.

Por último, y de cara a la comunicación tanto de resultados de investigación como de noticias con contenido estadístico se plantea como objetivo aprender a comunicar información de carácter estadístico, así como a detectar los fallos más usuales en este tipo de comunicaciones.

## COMPETENCIAS

Las competencias que el/la alumno/a debe conseguir al finalizar el curso son:

- ✓ Plantear un diseño de investigación social básico para responder a una necesidad de información.
- ✓ Distinguir los principales diseños de investigación tanto cuantitativos como cualitativos de los medios de comunicación, así como identificar los diferentes tipos de datos a los que cada diseño da lugar.
- ✓ Analizar y valorar técnica y metodológicamente informes, proyectos o trabajos de investigación social.
- ✓ Seleccionar y utilizar la información cuantitativa disponible en bases de datos ya existentes (institutos de audiometría de medios de comunicación, institutos de estadística o administración pública, agencias nacionales e internacionales, empresas o institutos de investigación, ONGs...).
- ✓ Calcular e interpretar los procedimientos básicos de estadística univariante y bivariante.



- ✓ Analizar e interpretar resultados estadísticos de análisis propios o ajenos (informes, encuestas, sondeos, diagnósticos, evaluaciones...) y presentarlos adecuadamente para su utilización en medios de comunicación.
- ✓ Conocer los supuestos básicos de la estadística inferencial

## PROGRAMA

Los contenidos del curso se dividen en ocho temas. En primer lugar, los contenidos pretenden describir el proceso de investigación social y el papel de la estadística en este proceso con el objetivo de que el alumnado contextualice la asignatura y comprenda su importancia en su práctica profesional futura. Posteriormente, tras la descripción de las diferentes fases en la producción de datos, los contenidos se centrarán en las herramientas de análisis, tanto de datos primarios como secundarios. Finalmente, en el último apartado se trabajará la forma de comunicar y difundir los datos cuantitativos en los medios de comunicación. Los temas, junto con una somera descripción, se presentan a continuación:

## **BLOQUE 1: EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL Y LA ESTADÍSTICA EN LA INVESTIGACIÓN**

### **Tema 1. Introducción a la investigación aplicada a la comunicación**

- ¿Qué es la investigación? ¿Por qué es importante?**
- Para qué es importante investigar en comunicación: algunos ejemplos**

En el primero de los temas, se realiza una introducción al curso. Tiene el objetivo de contextualizar el proceso de investigación como actividad de generación de conocimiento y destacar la importancia de ésta en el ámbito académico y profesional de la comunicación. Destaca el uso de ejemplos tomados tanto del mundo de la investigación como de los medios de comunicación que justifican la importancia y presencia de la investigación en la práctica profesional en el ámbito de la comunicación.



## Tema 2. El proceso de investigación aplicada a la comunicación

- a. Planteamiento del problema
- b. Objetivos e hipótesis
- c. Metodología y técnicas de investigación

En el segundo tema, se introduce al alumno/a en el proceso de investigación. Se destaca la importancia que el método científico tiene en el proceso de investigación y se describen las fases de este proceso. En este segundo tema, a pesar de tratarse de una asignatura destinada a los métodos estadísticos y, por tanto, al proceso de investigación cuantitativo, se realizará, teniendo en cuenta los objetivos generales y competencias del curso, un esfuerzo en plasmar las diferentes metodologías dentro de la investigación social, y sus aplicaciones para el análisis de la realidad social.

## Tema 3. Producción y búsqueda de datos cuantitativos

- a. Datos primarios versus datos secundarios
- b. Fuentes de datos secundarios

Una vez contextualizado e interiorizado el proceso de investigación y de que el/la alumno/a sea capaz de distinguir las diferentes técnicas de producción de datos cualitativos y cuantitativos, los contenidos se centrarán en la producción de datos cuantitativos y en la diferencia entre datos primarios y secundarios. Esta distinción será aprovechada para hacer un recorrido por las diferentes fuentes de información estadística del contexto vasco y estatal. Se describirán las fuentes de información estadística y social (Institutos de Estadística, organismos de investigación sociológica) pero, sobre todo, se prestará atención a los organismos productores de información secundaria aplicada a la comunicación. Se analizarán las diferentes estrategias llevadas a cabo para la producción de datos sobre audiencias de los medios de comunicación tanto escritos, como audiovisuales y/o digitales, así como las fuentes de datos de información sobre publicidad y consumo.



#### **Tema 4. Gestión de datos cuantitativos**

- a. Tipos de variables**
- b. Organización de las variables: la matriz de datos**
- c. Gestión de la matriz de datos: transformación de variables**

El cuarto tema se centrará en la gestión de datos cuantitativos. De esta forma, tras la contextualización de la estadística dentro del proceso de investigación y la descripción de las diferentes herramientas para la producción y obtención de datos cuantitativos, este tema describirá las claves básicas para la gestión de los datos previa al análisis de los mismos. Se definirá el concepto de variable y su importancia dentro del análisis cuantitativo, describiendo también los tipos de variable y su importancia para la selección de la técnica estadística a utilizar. Asimismo, se destacará la importancia de la matriz de datos, y se describirán las estrategias para su construcción y gestión, como la recodificación o transformación de variables.

#### **BLOQUE 2: ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA INFERENCIAL**

#### **Tema 5. Análisis de datos cuantitativos I: estadística descriptiva**

- a. Estadística descriptiva univariante**
- b. Estadística descriptiva bivariante**

El tema cinco describirá las técnicas básicas de la estadística descriptiva, es decir, las que permiten un resumen y descripción de los datos. Se destacará la importancia de este tipo de técnicas y su utilidad en la investigación social y en la práctica laboral del profesional en comunicación. En un primer momento, se expondrán las herramientas para la descripción de una variable, prestando atención tanto a la utilidad de las tablas de frecuencias y de los diversos tipos de gráficos, como a las principales medidas de tendencia central, posición, dispersión y forma. En segundo lugar, y tras realizar una introducción al concepto de causalidad en ciencias sociales, se describirán las técnicas utilizadas para el análisis de la relación o asociación entre dos variables. Principalmente, la tabla de contingencia y los principales estadísticos asociados, pero también medidas para analizar la correlación como el coeficiente de Pearson.

Este tema contará con una orientación práctica que permita al alumnado comprender la utilidad y el sentido de las diferentes herramientas propuestas y su potencial aplicación a su práctica profesional.



## **Tema 6. Análisis de datos cuantitativos II: introducción a la estadística inferencial**

- a. Significatividad e intervalos de confianza**
- b. Errores y grados de confianza**

El sexto tema consistirá en una introducción a la estadística inferencial que se justifica por la necesidad por parte del profesional en comunicación de conocer e interpretar correctamente varios conceptos relativos a esta parte de la estadística, como el de significación estadística o los intervalos de confianza. Estos conceptos se desarrollan solo de manera introductoria, pero se consideran relevantes para una mejor comprensión y comunicación de los datos cuantitativos y de investigación.

### **BLOQUE 3: DIFUSIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

## **Tema 7. Análisis y gestión de datos secundarios**

- a. Magnitudes absolutas y relativas y descripción de tendencias**
- b. Número índice e indicadores**

El tema siete se justifica por la importancia que dentro de la actividad profesional en comunicación tiene la gestión de datos cuantitativos secundarios. Es decir, los datos que no se generan en la propia investigación y que no se analizan a partir de la matriz de datos, sino de valores ya explotados. Durante este tema se describirán las principales técnicas, como el uso de porcentajes o número índice, y su potencial uso para el análisis de datos secundarios y su comunicación. Se hará un especial esfuerzo por mostrar el carácter práctico y aplicado de este tipo de herramientas y su aplicabilidad a la práctica profesional.

## **Tema 8. Comunicación y difusión de datos cuantitativos**

- a. Presentación de resultados**
- b. Errores comunes en la comunicación de datos**

El tema ocho estará orientado a la adquisición de herramientas y destrezas prácticas en el desarrollo del trabajo cotidiano para la comunicación de datos cuantitativos. Una





vez interiorizada la aplicabilidad de las diferentes herramientas estadísticas y la interpretación de los resultados derivados de los mismos, este último tema se centrará en la comunicación de los mismos a través de los medios de comunicación. Se describirán las diferentes opciones de comunicación de datos cuantitativos dependiendo del formato, público objetivo o tipo de datos, y se prestará especial atención a los errores más frecuentes de cálculo, presentación e interpretación de datos cuantitativos en los medios de comunicación utilizando ejemplos prácticos aparecidos en los medios de comunicación.

### PRERREQUISITOS

La asignatura exige únicamente un conocimiento básico de las operaciones matemáticas básicas y conocimientos básicos del uso de calculadora.

### METODOLOGÍA DEL CURSO

La metodología del curso se basará, en primer lugar, en la lectura y comprensión de los materiales, tanto de las presentaciones de los temas como de las referencias bibliográficas básicas, y en segundo lugar, en la realización de los ejercicios prácticos diseñados para cada uno de los temas.

### CRONOGRAMA

<u>TEMA</u>	<u>ESTUDIO DE MATERIALES</u>	<u>EJERCICIOS</u>
Tema 1	1 hora	
Tema 2	10 horas	4 horas
Tema 3	2 horas	
Tema 4	2 horas	2 horas
Tema 5.1	10 horas	6 horas
Tema 5.2	10 horas	4 horas
Tema 6	3 horas	1 hora
Tema 7	1 hora	
Tema 8	1 hora	
Autoevaluación		2 horas