

# Estadística aplicada a la comunicación

---

## Tema 1: Introducción a la investigación aplicada a la comunicación

### OpenCourseWare UPV/EHU

Unai Martín Roncero

Departamento de Sociología 2

unai.martin@ehu.eus

OCW  
OpenCourseWare



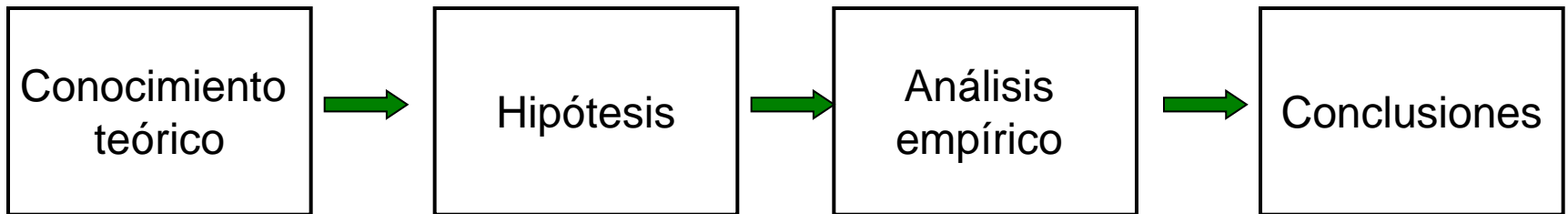
# ¿Por qué tengo que estudiar estadística?

---

- Importancia de la investigación: Estadística herramienta básica en el proceso de investigación y conocimiento de la realidad social
- En una realidad cambiante y con multitud de información la estadística nos ayuda a conocer mejor la realidad, nos ayuda a:
  - Observar, medir, resumir y describir datos
  - Conocer datos de la población a partir de una muestra
  - Relacionar fenómenos
  - Conocer la realidad y anticiparse a sus cambios
- La estadística está presente en muchos de los ámbitos de nuestra vida diaria (personal, laboral...)

# EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

- ❑ La investigación es un proceso sistemático, organizado y “objetivo”, realizado con el fin de responder una pregunta o una necesidad de información.
- ❑ Consiste en la aplicación de un método científico a la resolución de problemas (a una pregunta de investigación)
- ❑ Ej: el método positivista hipotético-deductivo:



# CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

1. **EMPÍRICO:** está basado en la evidencia empírica, no en las creencias personales del investigador/a
2. **PRETENDE SER OBJETIVO:** aplicando una serie de reglas y procedimientos, yendo más allá de las visiones individuales, de la subjetividad del investigador/a o de la creencia de que los hechos observados son una producción de la mente humana.
  - Los hechos observados deben ser obvios para distintos observadores.
  - La realidad existe independientemente de los observadores/as.
  - Es una intención más que una característica

# CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

---

3. **VERIFICABLE O REPLICABLE:** cualquiera puede repetir la experiencia llevada a cabo por otro/a investigador/a
4. **NO ES INFALIBLE:** todas las investigaciones tienen errores y limitaciones
5. **ACUMULATIVO:** se apoya en conocimientos previos que deben ser revisados y será útil para futuras investigaciones
6. **ES PÚBLICO:** debe comunicarse libremente tanto sus resultados como los métodos utilizados (necesidad de poder ser verificado, refutado y replicado)

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

**¿Por qué es importante aprender a investigar en comunicación?**



## 1) Investigar en comunicación

- a. Aumento del conocimiento, investigación académica
- b. Investigación para la planificación y el marketing
- c. Periodismo de precisión

## 2) Comunicar la investigación

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## 1) Investigar en comunicación

### a. Aumento del conocimiento, investigación académica:

- Objeto de interés de varias disciplinas
- El estudio científico de la comunicación mediática tiende a concentrarse en alguna de las siguientes preguntas:

**¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?**

- La comunicación mediática como objeto de investigación
  - Emisores, contenidos y mensajes, medios, audiencia, procesos y efecto mediaticos (Igartua, 2006)

<p><b>EMISORES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características individuales (sexo, etnia, nivel social...) que influyen en el proceso de comunicación.</li> <li>-Contexto y lógica en el que se produce la comunicación mediática que influyen en la comunicación</li> </ul>
<p><b>CONTENIDOS Y MENSAJES MEDIÁTICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia de determinados elementos en los contenidos; construcción de estereotipos</li> <li>- Análisis de textos audiovisuales</li> <li>- Estudio de la programación y realización audiovisual</li> </ul>
<p><b>MEDIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evolución y transformación de los diferentes medios</li> <li>-Aspectos económicos y estructurales; tecnológicos (usabilidad, interactividad...) y políticos y legales</li> <li>-Propiedad y control de los medios</li> </ul>
<p><b>AUDIENCIA</b></p>	<p>¿Qué medios se consume más? ¿Qué hacen los medios a la gente? ¿Qué hacen la gente con los medios?; ¿Cómo y por qué las personas utilizan los medios de comunicación?; ¿Cómo reciben e interpretan las personas lo que reciben de los medios?; ¿Cómo influyen las características del receptor en la descodificación de mensajes?</p>
<p><b>PROCESOS Y EFECTOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos y efectos de los medios</li> </ul>



# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

➤ Posibles preguntas que pueden dar lugar a estudios que analizan el efecto de los medios de comunicación en diferentes fenómenos sociales

**eldiario.es** Periodismo a pesar de todo Iniciar sesión | Registro

Me gusta 142 415 Seguir 105

Buscar...

[Inicio](#) / [Sociedad](#)

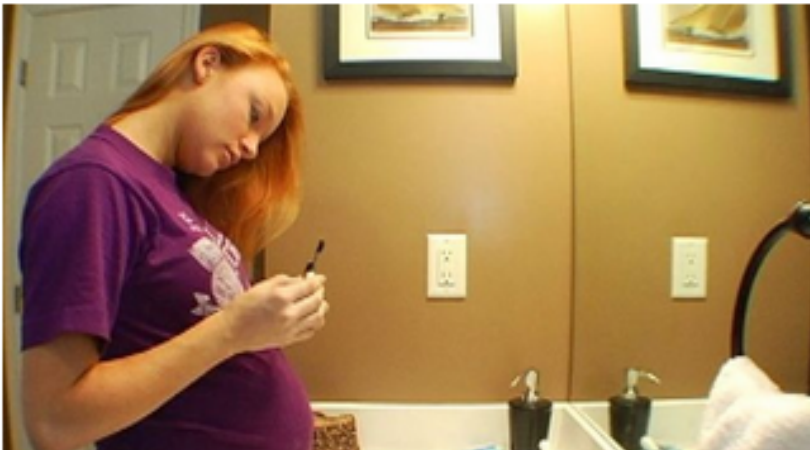
## ¿Puede un 'reality' bajar el número de embarazos adolescentes?

- Según un estudio publicado en el National Bureau of Economic Research, los programas de MTV *16 and Pregnant* y *Teen Mom* podrían haber contribuido a reducir la tasa de embarazo adolescente en Estados Unidos
- Las dos apuestas de la cadena, que ya llevan cinco temporadas en antena, han registrado audiencias superiores a los 3 millones en algunos de sus episodios
- ¿Su mensaje promueve la reflexión de los adolescentes o tienta su deseo de convertirse en famosos?

Sofía Pérez Mendiz [Seguir a @Sofi\\_pr](#)

17/01/2014 - 20:30h

Me gusta 175 [Twitter](#) [G+](#)



## LA RAZÓN.es

INTERNACIONAL / RACIONAMIENTO EN VENEZUELA

## Las telenovelas, «culpables» de la violencia en Venezuela

ETIQUETAS

Racionamiento en Venezuela



La asesinada Mónica Spear protagonizó una famosa telenovela en 2007. En ella se animaba «a sentir el amor como la primera vez»

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

---

## b. Investigación para la planificación y el marketing:

- Perfil del cliente
- Opiniones, actitudes del cliente
- Planificación de la campaña
- Evaluación de la campaña
- Valoración del producto
- Actitudes hacia el producto
- Planificación de medios
  - Estudios sobre productos audiovisuales
  - Audiencia

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

✓ Audiencias: importancia en la planificación y rendimiento de los medios

Campañas publicitarias de medios de comunicación basadas en el estudio de la audiencia (pincha en las imágenes).



Es importante saber por qué con datos se pueden decir incluso cosas contradictorias:  
¿Quién tiene más audiencia? ¿no es esto una cosa objetiva?

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

Televisión

## 'Hispania' derrota a 'Felipe y Letizia'



- Las dos series se enfrentaban este lunes en su debut.
- La serie histórica de Antena 3, 'Hispania', logró superar a la producción sobre los Príncipes en 3 puntos.

Cómo se explica esto...  
(enlace desde minuto 9:45)

## MEDIOS

### Telecinco se ríe de Antena 3 y dice que ganó con 'Felipe y Letizia'

EMITE UNA BATERÍA DE 'PROMOS' PUBLICITARIAS CADA 15 MINUTOS

LVL

miércoles, 27 de octubre de 2010, 10:18

Madrid.- **Telecinco** ha desencadenado a través de su programación una campaña propagandística que destaca que la cadena venció en audiencia a Antena 3 el pasado lunes, día en que coincidieron **'Felipe y Letizia, deber y querer'** e **'Hispania'**. A lo



¿Todo se puede decir con datos...?

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## c. Periodismo de precisión:

- “Aplicación de los métodos científicos de investigación social o comportamental a la práctica del periodismo” (Meyer, 1989).
- Generalmente se describe de manera general un problema social, y no un hecho aislado y personalizado, que no tiene por que ser de actualidad, mediante el uso de métodos de investigación social (generalmente de manera cuantitativa)
- Algunos ejemplos pioneros:
  - Bill Dedman :“The Atlanta Journal Constitution”:  
discriminación racial en prestamos hipotecarios
  - Elliot Jaspin, Cox Newspaper: corrupción en el sistema Medicare
  - Philip Meyer: revueltas en Detroit

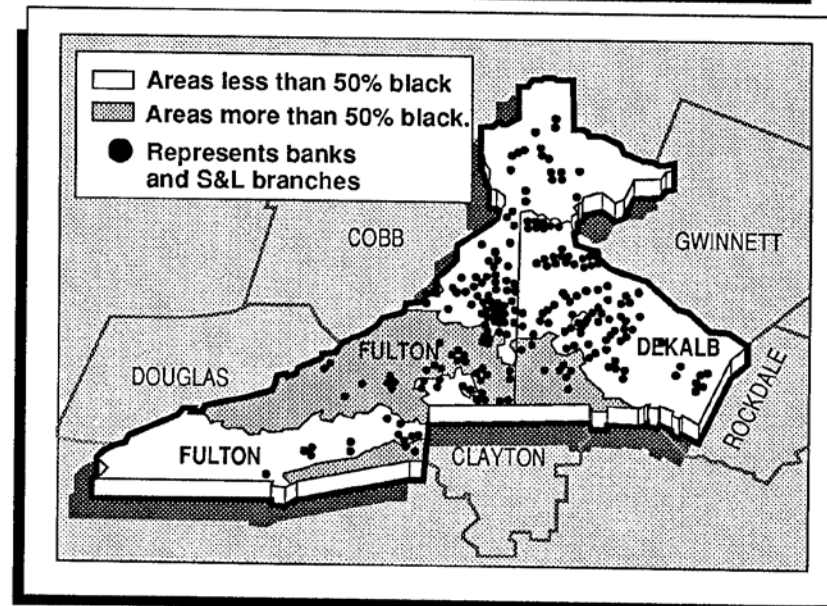
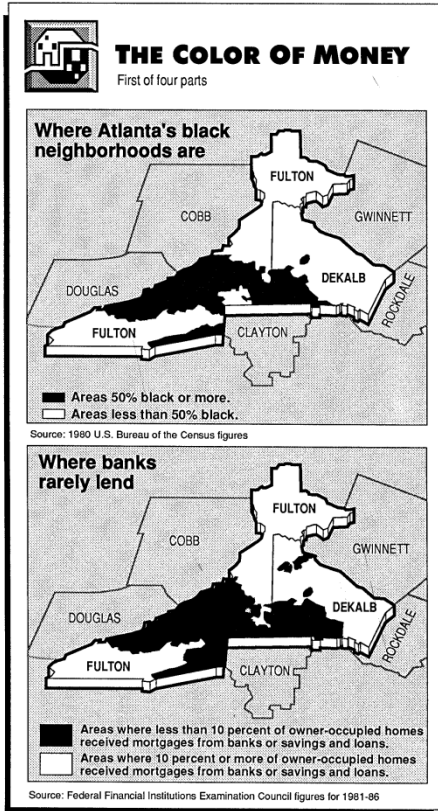


# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

Bill Dedman: "The Atlanta Journal Constitution"

-Premio Pulitzer de Investigación en 1989

-Discriminación racial en préstamos hipotecarios



DAVE WINK/Staff

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

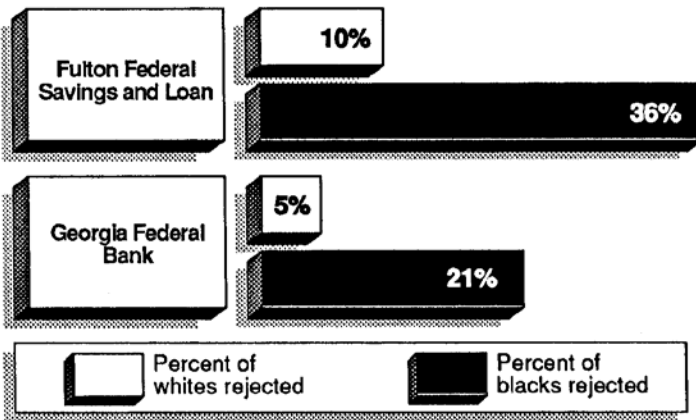
## Bill Dedman: "The Atlanta Journal Constitution"



### Rejection rates

Applicants turned down for home loans at Georgia's largest savings institutions

The Atlanta Journal-Constitution asked all banks and savings and loans in metro Atlanta for their home loan rejection rates, but only these two institutions provided them.



Notes: These two institutions have offices statewide and together control assets of \$5.4 billion, or 33 percent of the assets in Georgia savings institutions.

Georgia Federal figures are for 1987, Fulton Federal for 1985-87. All figures are statewide.

Applicants who withdraw voluntarily are not included. Black applicants withdrew 1.3 times as often as whites at Georgia Federal, 1.7 times as often at Fulton Federal.

Sources: Fulton Federal and Georgia Federal.

TIM LEE/Staff



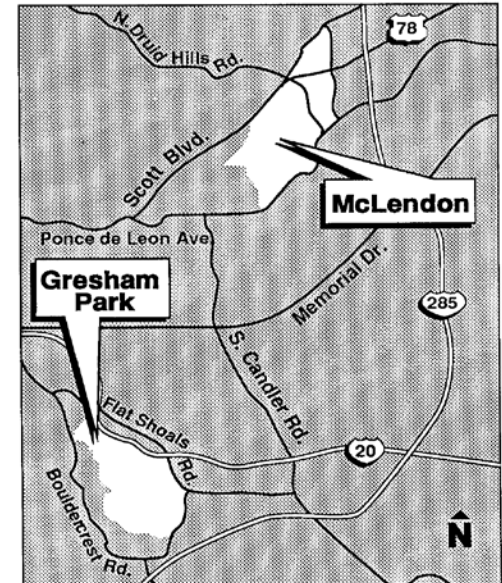
### A look at Gresham Park, McLendon

Gresham Park residents in south DeKalb earn more money, are better-educated and live in newer homes than residents of the McLendon area in north-central DeKalb—but they receive one-eighth as many of their home-purchase loans from banks and savings and loans. One possible reason: Most residents of Gresham Park are black.

	Gresham Park	McLendon
% minority	88%	7%
Income (1980)	\$19,008	\$17,222
% high school graduates	65%	60%
% homes owner-occupied	93%	57%
Age of homes, years	23	33
Home-purchase loans	136	170
% by banks, S&Ls	4%	31%
% by mortgage companies	88%	61%
% by seller, other	8%	8%

Note: Loan figures are for 1986-87. Amounts for home-purchase loans by banks and savings and loans do not include unregulated mortgage companies owned by them.

Sources: Loan data from Real Estate Data Inc., which compiles information on real estate sales from county records. Demographic data from the U.S. Bureau of the Census, 1980.





# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## Bill Dedman: "The Atlanta Journal Constitution"



### Ranking lenders on black vs. white loans

Comparing lending to middle-income neighborhoods

Rank	Institution	Black:White Loan ratio
1.	Citizens Trust Bank *	All black
2.	Mutual Federal Savings and Loan *	5:1
3.	Anchor Savings Bank	1:2
4.	California Federal Savings and Loan	1:2
5.	Georgia Federal Bank	1:3
6.	DeKalb Federal Savings and Loan	1:3
7.	Trust Company Bank	1:3
8.	Liberty Federal Savings and Loan	1:4
9.	C&S Bank	1:4
10.	Fulton Federal Savings and Loan	1:5
11.	Decatur Federal Savings and Loan	1:8
12.	First Atlanta Bank	1:16
13.	Home Federal Savings and Loan	1:17
14.	First American Bank	1:38

\* Black-owned institution

Sources: Home Mortgage Disclosure Act reports by financial institutions, 1985-86; U.S. Bureau of the Census, 1980; Atlanta Regional Commission census update, 1987.

### How the rankings were determined:

Each lender's service rate — home-purchase loans per single-family structure — was calculated for comparable white and black areas, 53 neighborhoods in all. The ratio shown here is the black rate divided by the white rate. For example, Mutual Federal made 5 times as many loans per structure in black neighborhoods as in comparable white neighborhoods. First American made 38 times as many loans per structure in white neighborhoods as in comparable black neighborhoods. The institutions were ranked before the ratios were rounded to whole numbers.

Loans were counted only in stable middle-income neighborhoods. Loans were excluded in high-income or low-income areas, as measured by median incomes below 70 percent or above 122 percent of the metro area's median income; high-growth areas, as measured by an increase in single-family housing of more than 10 percent since the 1980 census; declining areas, as measured by any decrease in single-family housing; and census tracts with fewer than 500 owner-occupied homes.

All loan figures are an average for 1985-86. Only neighborhoods that were at least 80 percent white or non-white were included.

Loan figures for banks, with the exception of C&S, do not include mortgage companies owned by banks. Other banks declined to provide this information. Without those numbers, First Union Bank and Bank South did not report enough loans for ratios to be calculated.



# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

Bill Dedman: "The Atlanta Journal Constitution"

Tuesday, May 3 ☆ Editorial Page ☆ The Atlanta Constitution



# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

---

Investigar en comunicación supone varios niveles en la relación investigación-periodismo:

- ✓ Dar noticia de los resultados que otros hacen
- ✓ Interpretar parcialmente datos
- ✓ Producir e interpreta datos: periodismo de precisión

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación



**elcorreo.com**  
Edición: Vizcaya | Ir a Edición Álava | Personalizar ▾

CARTELERA DEPORTIVA  
**Vizcaya**  
Partidos y horarios

Iniciar sesión con : Regístrate

Portada Local Deportes Economía **Más Actualidad** Gente y TV Ocio Participa Blogs Servicios Hemeroteca

Política Mundo **Sociedad** Cultura Opinión Vidasolidaria Salud **elcorreo.tv** ▶

Estás en: Vizcaya - El Correo.com > Noticias Más Actualidad > Noticias Sociedad > Sanidad relaciona la mortalidad de los vascos con su lugar de residencia

**ESTUDIO DEL GOBIERNO VASCO**

## Sanidad relaciona la mortalidad de los vascos con su lugar de residencia

El informe asegura que "las condiciones personales de vida y de trabajo, que a su vez están ligadas a la condición socioeconómica, son factores claves de salud"

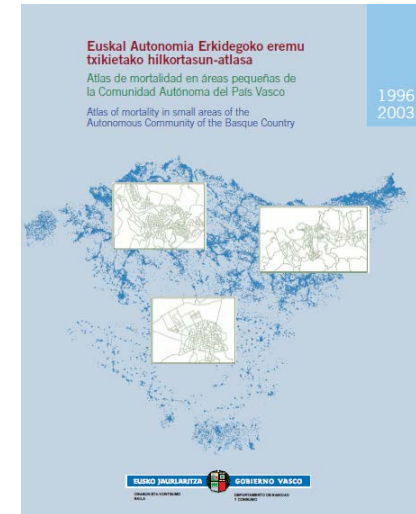
09.12.10 - 15:52 - VASCO PRESS | BILBAO

0 Comentarios | 0 Recomendar

★★★★★ 0 votos

La mortalidad en el País Vasco está relacionada con el lugar de residencia y el nivel socioeconómico, según se desprende del "Atlas de Mortalidad en áreas pequeñas de la CAV" realizado por el Departamento vasco de Sanidad.

El director de Gestión del Conocimiento y Evaluación del Departamento de Sanidad y Consumo, José Asua, y el jefe del servicio de Estudios e Investigación, Santiago Esnaola, han presentado esta mañana en Bilbao la publicación. que pese a estar concluida desde hace dos legislaturas no fue dada a conocer



18'30''

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

Estás en: [diariovasco.com](#) > [Noticias Gipuzkoa](#) > **Más bodas civiles y menos religiosas**





CÓMO SE CASAN LOS GUIPUZCOANOS

## Más bodas civiles y menos religiosas

El 64% de los enlaces celebrados en Gipuzkoa son laicos, un porcentaje que va al alza. «Las creencias ganan peso a la hora de ritualizar momentos relevantes», explican los sociólogos

09.12.10 - 03:03 - ANE URDANGARIN | SAN SEBASTIÁN .

 7 Comentarios |     3

 2 votos   

En enero de este año, seis parejas guipuzcoanas se dieron el 'sí quiero' frente a un altar. Otras 63 prefirieron formalizar su relación en el ayuntamiento o en el juzgado. Ciertamente es que la mayoría de los enlaces religiosos se celebran en primavera y verano, pero estos datos dan fe de que lo que hace dos décadas se vislumbraba como una tendencia al alza pero aún minoritaria es ya una realidad incontestable: las bodas canónicas han perdido su supremacía. En 2006, por primera vez los enlaces religiosos y civiles se equipararon y, desde entonces, la balanza se ha ido desequilibrando a favor de las ceremonias celebradas por un juez o un alcalde en vez de un cura. El año pasado, sin ir más lejos, se llevaron a cabo 1.848 uniones laicas frente a 1.027 matrimonios religiosos en Gipuzkoa. El 64% frente al 36%. Y según algunos expertos la diferencia seguirá aumentando.

### Menos de 3.000 al año

De entrada, de las estadísticas del Instituto Vasco de Estadística-Eustat se infiere que los vascos ya no se casan tanto. En Gipuzkoa, en concreto, en los últimos dos decenios se han venido registrando más de



2' 63:50'

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## **EROSKI CONSUMER**

EROSKI CONSUMER realiza una encuesta a más de 4.500 consumidores de 19 provincias españolas para conocer, entre otras cosas, cuánto dinero gastarán esta Navidad y si la crisis condicionará sus compras navideñas

**Uno de cada cuatro consumidores gastará menos dinero esta Navidad que la pasada**

Cerca del 90% del presupuesto navideño se destinará a la compra de alimentos y regalos

Ciudades y exclusión social: analizados los recursos sociales dirigidos a personas sin hogar ni medios económicos de 18 ciudades españolas

**Los ayuntamientos aumentan el gasto social para los más pobres, pero continúan faltando recursos**

'Consumidores': ¿Engancha la comida rápida?

# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## 2) Comunicar la investigación

- La investigación está presente en muchas esferas de nuestro entorno
- Los resultados de investigación son noticia, por lo tanto, es necesario saber entender y comunicar un informe estadístico
  - ¿Qué es el IPC?
  - ¿Qué son y cómo se interpretan las tasas de paro?
  - ¿Quién es un parado/a?



# Introducción: investigación aplicada a la comunicación

## El paro en la prensa...

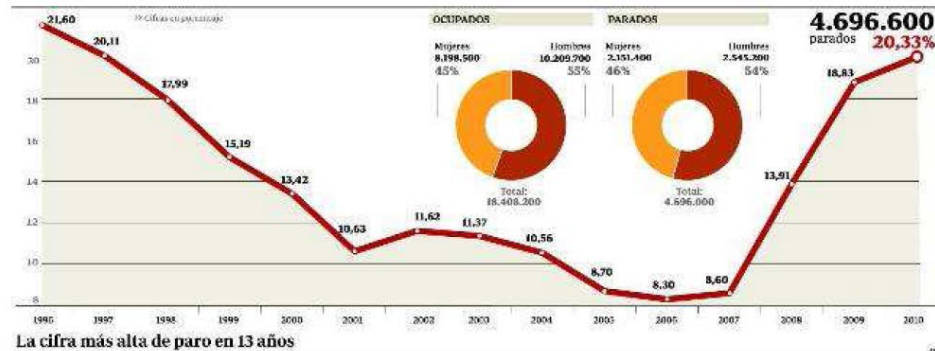
ABC | ECONOMÍA

ECONOMÍA

### Mil parados más cada día de 2010

La tasa de desempleo se sitúa en el 20,33%, la más alta desde 1997, y el número de parados alcanza un nuevo récord: 4,696 millones

JAVIER GONZÁLEZ NAVARRO  
Día 29/01/2011



ELPAÍS.COM | Versión para imprimir

El deterioro del mercado laboral

### La tasa de paro se instala en el 20% al cierre de 2010

#### - TASA DE PARO Y NÚMERO DE PARADOS

% de la población activa

