

ANALISIS DE SITUACIONES SOCIALES

¿QUÉ ENTENDEMOS POR SITUACION SOCIAL?

ACONTECIMIENTOS QUE SE DA EN UN CONTEXTO Y MOMENTO O TIEMPO DETERMINADO

Ej: situación económica * caída de la bolsa. Se da en un lugar concreto /nueva York) y en un tiempo determinado (11 de septiembre). Tiene repercusiones políticas, sociales, culturales, educativas, etc...

OBJETIVO: conocer y diagnosticar las situaciones sociales con el objetivo de cambiar la sociedad.

LECTURA: ASPECTOS RELEVANTES

- El trabajo intelectual es la elección de un tipo de vida. (el trabajo condiciona la vida la vida condiciona el trabajo).
- Tenemos que unir el trabajo y la vida (tendencia unificadora porque no podemos separarlos. La unión de ambos favorece las aportaciones recíprocas. Además, las aportaciones de la vida son muy útiles para el trabajo).
- Realizar un proyecto de empresa intelectual organizando nuestro propio archivo intelectual dispuesto en carpetas o cajones donde tenemos ordenados nuestros conocimientos. También hay que ordenar esos conocimientos en nuestra mente.
- Fomentar la imaginación, creatividad.

- exponer nuestras ideas.
- Sacar partido a lo que pensamos.

Utiliza una metáfora=diario.

- Pasos:
 - Como elaborar el archivo.
 - Como usarlo.
 - Normas o ideas.

- hay que pensar desde dentro de nosotros, con nuestras propias ideas, experiencias,...
- hay que combinar unas ideas con otras y establecer relaciones.

SITUACIONES SOCIALES

INVESTIGAR LA REALIDAD SOCIAL

METODO CIENTIFICO POSITIVO

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS

ANALISIS DE SITUACIONES SOCIALES

FUENTES O DATOS SECUNDARIOS EXISTENTES.

TEMA 2

LA INVESTIGACION SOCIOLOGICA Y LAS FUENTES DOCUMENTALES

¿QUÉ ES UNA FUENTE DOCUMENTAL?

Desde un punto de vista sociológico, una fuente de información es el lugar de donde se pueden extraer datos de un determinado grupo o sociedad.

TIPOS DE FUENTES DOCUMENTALES

- Archivos documentales o estadísticos.
- Documentos personales (cartas, diarios, autobiografías, memorias, fotos,...)
- Fuentes bibliográficas (libros, revistas,...)
- El propio informante (ej: persona encuestada de la cual obtenemos información).

Existen dos grandes clasificaciones de fuentes.

FUENTES PRIMARIAS

- Se extrae la información directamente.
- Las fuentes primarias complementan la información que aparece en las fuentes secundarias.

FUENTES SECUNDARIAS

- Se extrae una información que ya ha sido procesada y esta archivada.
- En ocasiones no tenemos en cuenta la relevancia de los datos o fuentes secundarias.

- Dependiendo de si la investigación que propone es técnica o empírica /cualitativa o cuantitativa nos serán más útiles unas fuentes u otras.
- Investigación teórica acudimos a fuente bibliográficas.
- Investigación experimental o de campo fuentes bibliográficas y archivos C(datos, estadísticas o encuestas).

Las fuentes son siempre un requisito preliminar y muy importante para realizar una investigación por dos razones fundamentales:

- Estas fuentes van a contribuir el conocimiento del tema.
- Nos van a ayudar a centrar y estructurar nuestra propia investigación o tema objeto de estudio.

FUENTES SECUNDARIAS

Nos vamos a detener en el estudio de las fuentes secundarias porque las fuentes primarias las vamos a estudiar junto a las metodologías.

Cuando queremos hacer una investigación al recoger los datos relacionados con nuestro tema de las fuentes secundarias tenemos que hacer dos cosas:

- Una revisión a fondo de todos los datos que hemos recogido.
- Se hace un metaanálisis (más allá del análisis u otro análisis sobre el análisis).

Tenemos que hacer el meta-análisis de todas las investigaciones de las fuentes secundarias.

Cuando las investigaciones son amplias y tienen resultados extensos se hace un cuadro donde se van situando los resultados de cada análisis por variables (sexo, edad,...) y después llegamos a una conclusión. Ej: investigación sobre el fracaso escolar.

¿Qué nos ha proporcionado el meta-análisis?

- Una amplia y rica información desde varios puntos de vista.
- Un marco histórico comparativo.

TIPOS DE DATOS QUE PODEMOS OBTENER DE LAS FUENTES SECUNDARIAS.

Las fuentes secundarias engloban los siguientes datos:

–DATOS NO PUBLICADOS (empresas, organismos, registros de asociaciones).

–DATOS QUE SE PUBLICAN (organismos públicos, privados, oficiales). Estadísticas de los organismos oficiales (Ministerios) y organismo no oficiales a los cuales la administración les encarga que hagan dichas estadísticas.

Tanto si estos datos están publicados o no, todos ellos se encuentran en documentos que juegan una importante labor social.

Documento: todo aquello que está hecho con la intención de registrar el mundo social.

TIPOS DE DOCUMENTOS

- DOCUMENTOS NUMÉRICOS (censos de población, padrones, y estadísticas).
- INVESTIGACIONES PUBLICADAS O NO PUBLICADAS
- DOCUMENTOS ESCRITOS Y LITERARIOS (prensa escrita, papeles privados, y las obras literarias).
- DOCUMENTOS VISUALES Y AUDITIVOS (fotos, cintas, films, pintura, escultura y arquitectura).

FORMAS DE ACCEDER A LAS INFORMACIONES PUBLICADAS

- LOS INDEX. Recopilación de resúmenes de 13000 artículos de revistas.
- LOS ABSTRACTS. Contienen resúmenes breves de investigaciones más amplios que los index (aprox 100 palabras) de investigaciones de todo el mundo ordenadas por tema y autor.

LAS INVESTIGACIONES NO PUBLICADAS

Se encuentran en archivos de universidades o centros de investigación. Ej: Instituto de información y documentación de ciencias sociales y humanidades (ISOC) que depende de Consejo Superior de Investigaciones científicas. Centro de investigaciones sociológicas (CIIS) que dependen del Ministerio de la presidencia (CIRES). Reciente construcción y privado. Centro de investigación de la realidad social. RED INTERNET (banco de datos que recoge muchos datos).

EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS SECUNDARIOS

El uso que podamos hacer de la documentación recogida o disponible debe ir acompañada de su correspondiente evaluación e interpretación de la materia.

La VENTAJA de usar material secundario está en su bajo coste y la gran cantidad de información, la cual es no reactiva, es decir, como el investigador no está investigando delante de las personas no tiene reacciones adversas.

La historicidad (no te centras en el momento presente o actual sino que va más allá).

Los INCONVENIENTES son los siguientes:

- El material recogido está elaborado con propósitos diferentes a los del investigador social, por tanto, se presenta una rigidez de partida.
- Otro inconveniente es la distancia del tiempo que a veces produce que el documento envejezca desde que se recogió hasta que nosotros lo usamos para nuestra investigación. Ej: la biblia.

EVALUACION DE LOS DATOS SECUNDARIOS

Es lo primero que hay que hacer. Esta evaluación se resume en los siguientes aspectos:

- Ver la calidad de la fuente porque no todas las fuentes son fiables.
- Ver las técnicas que se han utilizado para recoger los datos porque la calidad de los datos está en función o relación con la metodología usada.
- Considerar el tiempo de recogida de datos.
- Tener en cuenta el sesgo institucional (no fiarnos de lo que dice una institución determinada y contrastar la información con distintas fuentes. Ej: PARO (EPA e INEM))

Autenticidad

De la

Fuente Credibilidad

Representatividad (comparación de un documento con otro)

FOTOCOPIA. EJEMPLO DE FORMULACION DE HIPOTESIS

PLANTEAMIENTO GENERAL DEL METODO CIENTIFICO

TEMA 3

LAS TECNICAS CUANTITATIVAS

INTRODUCCION

ESTRUCTURALISMO TECNICAS CUANTITATIVAS ENCUESTA

Analizar los datos que recogen desde un punto de vista numérico o matemático. Nos dicen como se distribuyen los elementos sociales en un determinado grupo o sociedad.

ELEMENTO SOCIAL

Partes indiferenciadas de un determinado conjunto que han sido prefiguradas o construidas socialmente.

Ej: edad, sexo, clase social. Se expresan en porcentajes %. Se analizan mediante la lógica matemática de la cantidad o tanto por ciento.

INTERSUBJETIVA TECNICAS CUALITATIVAS ENTREVISTA

Se diferencian de las anteriores en que atienden a cómo están estructurados o unidos estos elementos en el discurso social y no como se distribuyen dichos elementos.

Se analiza mediante la lógica del lenguaje.

Ej: chico que explica en una entrevista su vocación.

MATERIALISMO DIALECTICO TECNICAS DIALECTICAS SOCIOANALISIS O ANALISIS INSTITUCIONAL.

Son muy complejas y su finalidad es la transformación y el cambio.

- **CUANTITATIVAS:** distribución de los elementos sociales. Conocer de una manera superficial el grupo que investigamos.
- **CUALITATIVAS:** estructurada estética de los elementos sociales. Diagnóstico profundo del grupo o sociedad.
- **DIALECTICAS:** estructura dinámica de los elementos sociales. Transformación – cambio.

La utilización o compaginación de varias técnicas para la recogida de datos se denomina **TRIANGULACIÓN** y esta dando muy buenos resultados.

TECNICAS CUANTITATIVAS

¿QUÉ ES UNA ENCUESTA?

Una encuesta consta de una serie de preguntas elaboradas con una estructura determinada: **CUESTIONARIO**.

Su finalidad es recoger información sobre el tema de investigación.

Lo primero que tenemos que plantearnos al hacer una encuesta son los **OBJETIVOS** que a través de esas preguntas queremos alcanzar.

Las encuestas empiezan a aplicarse para conocer la intención de voto (EEUU, Gallup y Roper que son los verdaderos creadores de la encuesta).

MUESTRA de población para realizar la encuesta porque es imposible aplicar una encuesta a un colectivo entero por varios motivos:

- Las encuestas son caras 4000 ptas aproximadamente.
- No se puede aplicar a toda la colectividad o universo porque se requiere mucho tiempo y también un gran equipo (medios humanos).
- Es materialmente imposible reunir a un colectivo entero para poder aplicar la encuesta de ahí que se extraiga un pequeño conjunto de la colectividad denominada **MUESTRA** la cual debe ser **REPRESENTATIVA**, para poder **GENERALIZAR** después a toda la población. Decimos que una muestra es representativa cuando contiene dentro de sus unidades sino todas al menos un número

aceptable de variables que tiene la población total. Ej: todas las edades, los sexos, clases sociales,...

FASES DE LA ENCUESTA

- Determinar el número de personas que van a formar la muestra.
- Hacer una distribución muestral o de la muestra (a qué personas hay que aplicarles la encuesta).
- Diseño de las preguntas.
- Trabajo de campo (aplicación).
- Interpretar los resultados habiendo hecho un procesamiento de los datos.
- Generalizar al resto de la población.

PRIMER PASO.

Es difícil que una muestra represente a toda la población por no decir imposible. Lo que se hace es trabajar con unos márgenes de error y unos niveles de confianza. Cuánto mayor sea el nivel de confianza y menor el margen de error, existen menos posibilidades o probabilidad de equivocarse y más posibilidad de acertar.

NIVEL DE CONFIANZA

=95% 5% 0.05 1.96

ERROR

± 2%

E ± 3%

± 4%

- 36 -26 X +26 +36

- 1.96 +1.96

95%

Hay dos tipos de población:

- **POBLACIÓN INFINITA** aquellas que tienen más de 100.000 habitantes o unidades.

Ej: Universidad Complutense

$t^2 \times p \cdot q = n^2 \cdot e^2$

$n'' = p + q = 1$

$e^2 \cdot p \cdot q = 50\%$

e error ej. ±4

- **POBLACIÓN FINITA** aquellas que tienen 10.000 o menos habitantes o unidades.

$n'' = e^2$

$n \neq N =$ número de población finita

$1 + n'' / Np$

Ej: 95% 1.96 $p=0.5$ $q=0.5$ $p \cdot q=0.25$

$e = \pm 4$ $p \cdot q=50\%$

$n'' = (1.96)^2 \cdot 0.25 / (0.04)^2 = 601$

601 personas que habría que coger para realizar la encuesta

$nf = 600 / (1 + 600 / 2000) = 460$

TIPOS DE ERRORES DE LA MUESTRA

- ERROR DE MUESTREO para determinar el tamaño de la muestra.
- ERROR DE NO RESPUESTA cuando una persona no nos responde.
- ERROR DE MEDICIÓN. Que la encuesta no mida lo que realmente quiere medir. Solución a este problema: redactar bien el cuestionario.
- SESGO DEL ENCUESTADOR que aplica mal la encuesta.
- ERROR DEL ENCUESTADO que no sabe que tiene que decir o contestar.

SEGUNDO PASO.

Existen varios **TIPOS DE MUESTREO**:

- MUESTREO PROBABILISTICO.
- MUESTREO NO PROBABILISTICO. Se usa para investigaciones de tipo cualitativo. Se llama también MUESTREO POR CUOTAS. Se aplica más fácilmente pero es menos usado.

MUESTREO PROBABILISTICO. Se fundamenta por azar. Como criterio esencial de elección muestral, esto hace que cada unidad de la muestra tenga una probabilidad de participar en ella.

Este muestreo puede ser simple, es decir, que todas las unidades de población tienen el mismo número de probabilidades. Se trata a todos por igual.

MUESTREO ESTRATIFICADO. Establecemos una serie de estratos y en cada estrato se aplica parte de la muestra. Después de establecer los estratos procedemos a la afijación que puede ser simple o proporcional.

Es simple cuando se aplica el mismo número de encuestas a todos los estratos.

Es proporcional cuando se distribuyen las unidades proporcionalmente al número de unidades de cada estrato.

CONSTRUCCION DEL CUESTIONARIO

La elaboración de un cuestionario es una tarea compleja que requiere mucho tiempo y precisión porque entrar en juego muchas variables.

CRITERIOS PARA ELABORAR UN CUESTIONARIO

1) Objetivos que queremos alcanzar. Fijar los objetivos o propósitos y en función de estos haremos bloques de preguntas (tantos bloques de preguntas como objetivos tenemos).

2) Tipos de preguntas.

- Atendiendo a la libertad de la respuesta:
 - Cerradas (si/no). Nos dan muy poca información y además, entre el si y el no hay una gran gama de respuestas muy variables. Se puede usar cuando se emplean como preguntas de filtro.
 - Abiertas. Dan plena libertad al encuestado para responder. Recogemos mucha información y damos libertad al encuestado porque no se le encasilla entre respuestas. El inconveniente es que se pueden obtener tantas respuestas como encuestados tenemos. Ante esto se establecen categorías y después se agrupan en función de la respuesta. Esto se llama recodificación de respuestas.
 - Preguntas en abanico. Ofrecemos varias alternativas. Cuantas más ofrezcamos, más libertad para el cuestionado.
- En cuanto a la naturaleza de la pregunta se clasifican en:
 - Preguntas de opinión. ¿Qué piensa usted?
 - Preguntas de opinión. Ponen en la situación de tener que hacer algo ¿qué haría usted?.
 - Preguntas de hecho o de acción. Son objetivas ¿qué edad tiene?.
 - Preguntas escalas. Escalas como la de Likert. Se hacen dando un número. Se hace una ponderación numérica. Mucho mejor que sean números pares para evitar un centro ya que la gente tiende al centro.

0 1 2 3 4 5 6 7 8

3) ¿Cómo colocamos las preguntas?. Hay dos técnicas:

- Técnica del embudo: se van colocando las preguntas más generales al principio y después se desemboca en las preguntas más específicas, más concretas.

Los objetivos los pondríamos también en este sentido. De lo más general a lo más particular.

Sus ventajas: se va preparando al encuestado para que responda al encuestado para que responda las preguntas de más utilidad, las más generales para desembocar en las más significativas.

Es aconsejable que las preguntas clave estén colocadas en el centro del cuestionario.

La desventaja es que puede haber contaminación de unas preguntas con otras. Una respuesta puede influir en otras respuestas.

- Técnicas de dispersión: el orden de los objetivos no importa. Solo importa que se cumplan los objetivos.

4) Criterios a la hora de formular las preguntas.

- Preguntas breves y fáciles de contrastar.
- Importantes para la investigación.
- Hacer la pregunta en sentido positivo o afirmativo (¿cree usted que no debería castigarse a los alumnos?// ¿cree usted que hay que castigar a los alumnos?).
- No referirse a varias cosas a la vez en una misma pregunta.
- Evitar en la medida de lo posible que las personas tengan que hacer cálculos.

- Redactar las preguntas de forma personal y directa.
- Miedo a los cambios. Hay que intentar no hacer preguntas que nos lleven al conservadurismo de la sociedad .
- Huir de los estereotipos.
- No unir la pregunta a personas con prestigio o desprestigio.
- Confidencialidad de los datos, protegidos por el secreto estadístico.

5) Formato de la encuesta.

- El ideal sería el formato de libro.
- Importante el espaciado entre las preguntas.
- Colocar siempre la pregunta y los ítems siempre una debajo de la otra.
- Numerar y codificar las preguntas.
- Colocar junto a las preguntas, de manera clara, las instrucciones de las respuestas.
- Coherencia en la redacción de las preguntas.
- Se debe comenzar por alguna pregunta cerrada, las respuestas clave en el medio y las preguntas que comprometan mucho al final.
- El tiempo no debe sobrepasar la hora. (aproximadamente entre 30 y 45 minutos)

6) Prueba del Pre-test.

Consiste en pasar a un pequeño grupo de personas el cuestionario (y éstas tienen que tener las mismas características que las personas de la muestra).

¿Qué nos dice esta prueba?

- Si se comprende bien o no el cuestionario.
- Comprueba la fatiga que causa.
- Problemas de codificación del cuestionario.
- Que tanto por ciento de las respuestas no contestadas.
- Tiempo que va a durar el trabajo de campo.
- Es una manera también de entrenar al encuestador.

7) Trabajo de campo.

Consiste en aplicar nuestro cuestionario a todas las unidades de la muestra. Conviene que el tiempo no sea muy dilatado, porque pueden variar las condiciones de los que primero han sido encuestados a los últimos.

Las condiciones deben ser iguales en todos los sentidos, por ejemplo las normas deben ser iguales, él se debe comportar igual, etc...

Hay tres modalidades de test:

- Encuestas directas, autoadministradas, el propio encuestador las rellena.
- Encuestas por teléfono.
- Encuestas por correo.

Las ventajas que tienen las encuestas directas y las encuestas por teléfono pueden reunir grupos más dispersos fácilmente, sin embargo, la mortalidad de la muestra suele ser mayor (por ejemplo, la gente se le olvida mandar la encuesta por el buzón).

8) Generalización de los resultados del test a toda la población.

¿para qué sirven las encuestas?.

- Censo de población.
- Para sistemas de flujo (itinerario que siguen los estudiantes hasta que llegan al mercado de trabajo).
- Ver la intención de voto.
- No se debe hacer una encuesta se queremos saber situaciones sociales complejas que son difíciles de detallar (motivación, estado anímico,...).

INCONVENIENTES

- No entiende a los intereses del interrogado.
- No existe libertad para expresarse.
- La difícil comprensión del texto o del contexto.
- Influencia de la redacción de las preguntas en la respuesta. La respuesta se condiciona en la pregunta.
- Doble traducción del lenguaje: lenguaje escrito al lenguaje estadístico. Del estadístico otra vez al semántico.

VENTAJAS

- Técnica rápida y capaz de obtener mucha información
- Técnica económica y cómoda para grandes poblaciones.
- La más estudiada y difundida.

ANÁLISIS DE SITUACIONES SOCIALES 5

TEORÍA O PARADIGMA

PLANTEAMIENTO FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

OBSERVACIÓN RECOGIDA DE DATOS

GENERALIZACIONES EMPÍRICAS

CONTRASTES DE HIPÓTESIS

Se confirman o se rechazan

INTERPRETACIÓN

Análisis de datos

OPERACIONALIZACIÓN DE CONCEPTOS

DEDUCCIÓN

De lo general a lo particular

De lo particular a lo general

INDUCCION

Conjunto de axiomas o leyes que no necesitan ser contrastadas

OBJETIVOS DE LAS "TÉCNICAS