

## **CAPITULO IV**

### **METODOLOGÍA**

En el presente capítulo se describe la metodología empleada en este trabajo y se presentan las semejanzas y diferencias entre las aproximaciones metodológicas cuantitativas y cualitativas. Aquí se especifican los objetivos de la investigación y se describen las técnicas empleadas de acuerdo con el procedimiento que siguen. Tales técnicas son el sondeo, el grupo de enfoque y la entrevista exhaustiva. Por último se puntualiza en el criterio para el diseño del grupo de enfoque. A partir de los criterios de evaluación presentados en este capítulo, se proponen sugerencias y recomendaciones para la elaboración de un programa de televisión para niños.

#### **4. Semejanzas y diferencias entre las aproximaciones metodológicas cuantitativas y cualitativas**

Para lograr los objetivos de esta investigación se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos.

Wimmer y Dominick (2001) plantean que la investigación cuantitativa es el enfoque más antiguo y el que hasta la fecha se utiliza con más frecuencia. Según estos autores, se deriva de ideas filosóficas planteadas por Comte y Mill e incluye conceptos tales como hipótesis y medidas objetivas.

Por su parte, cuando se trata del analizar el tema de la investigación cualitativa puede surgir una confusión ya que no existe una definición plenamente aceptada. Porter (1996) señala que los investigadores se resisten a definir el término por miedo a limitar la técnica. De acuerdo con este autor, la palabra cualitativa se ha utilizado para referirse a 1) la filosofía en general y a un enfoque de investigación, 2) una metodología de investigación y 3) un conjunto específico de técnicas de investigación.

Sin embargo, Wimmer y Dominick (1991) opinan que lo que comprende la investigación cualitativa tiene sus raíces en Max Weber y Wilhelm Dilthey, cuyo propósito se enfoca en comprender cómo la gente, en los ambientes cotidianos, crea un significado e interpreta los sucesos de su mundo.

Como en este trabajo se utilizarán diversas técnicas es necesario comparar el uso de la técnica cuantitativa y cualitativa.

Según Wimmer y Dominick (2001), para el investigador cuantitativo, la realidad, que es el objetivo del estudio, posee una existencia independiente de lo que conciben los investigadores y pueda ser visto por todos. Es decir, la realidad existe aparte de quien la investiga.

En cambio, para el investigador cualitativo no existe una realidad única ya que cada observador crea una realidad propia como parte del proceso de investigación. La realidad, entonces, es subjetiva y existe únicamente como una referencia para el observador.

Por otro lado, el investigador cuantitativo cree que todos los seres humanos son en esencia similares. Busca categorías generales para sintetizar conductas o sentimientos. Busca repeticiones o conductas repetidas que pueda clasificar.

El investigador cualitativo se basa en que los seres humanos son diferentes de manera fundamental y no pueden ser clasificados o aglutinados bajo etiquetas generalizantes.

El investigador cuantitativo busca establecer leyes de comportamientos y explicar la realidad a través de distintos ambientes. En contraste, el investigador cualitativo pretende obtener una explicación única sobre una situación o individuo determinado.

A pesar de las diferencias, muchos investigadores utilizan una combinación de los enfoques cualitativos y cuantitativos para entender completamente el fenómeno que estudian (Miles y Huberman, 1994). Sin embargo, el concepto de combinación puede crear una nueva confusión. Las técnicas cuantitativas y cualitativas en si no son combinables, sino complementarias (Priante, 2003).

Aun cuando la información cualitativa puede ser una excelente forma de reunir y analizar la información, los investigadores, interesados en generalizar los resultados, deben considerar otros métodos. En la mayoría de los casos, los estudios de investigación cualitativa utilizan pequeñas muestras participantes o unidades que no son representativas de la población de la que fueron obtenidas.

Al igual que la investigación cuantitativa, la investigación cualitativa, es una herramienta útil para la investigación sobre los medios masivos de comunicación cuando se reconocen las limitaciones.

Frecuentemente, los resultados de los proyectos cualitativos que poseen muestras pequeñas son interpretados y generalizados como si hubieran recogido muestras cuantitativas de poblaciones grandes.

Las técnicas cuantitativas incluyen la encuesta, el análisis de contenido, el diseño experimental, el sondeo, el análisis secundario, el análisis de datos, etc.

Las técnicas cualitativas abarcan la observación de campo, el grupo de enfoque o sesiones de grupo, las entrevistas intensivas, los estudios de caso, historias de vida, la etnografía, etc.

Para la elaboración de esta tesis se emplearon sólo las técnicas que más contribuían a esta investigación. De la investigación cuantitativa se utilizó el sondeo y de la investigación cualitativa se emplearon sesiones de grupo y entrevistas exhaustivas.

#### **4.1 Sondeo**

El sondeo es una técnica metodológica de recolección de información que involucra

“el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, proceso que se realiza mediante un plan explícito y organizado para recolectar, registrar, clasificar (y frecuentemente cuantificar) los datos disponibles (los indicadores) en términos del concepto que el investigador tiene en mente. La definición sugerida incluye dos observaciones: la primera es desde el punto de vista empírico y se resume en que el centro de atención es la respuesta observable (sea una alternativa de respuesta marcada en un cuestionario, grabadora, etc.). La segunda es de perspectiva teórica y se refiere a que el interés se sitúa en el concepto subyacente o no observable que es representado por la respuesta” (Carmines y Zeller, 1979:78).

Esta técnica generalmente se utiliza para conocer la opinión pública de cierto tema y se selecciona un subgrupo representativo, el cual es un reflejo fiel del conjunto de la población a estudiar. Para hacer este tipo de estudio es importante definir la unidad de análisis (niños, mujeres, jóvenes, etc.). A su vez, la unidad de análisis se tiene que apreciar claramente en el planteamiento del problema a investigar y los objetivos de la investigación. El sondeo como instrumento de medición debe reunir dos requisitos indispensables: confiabilidad y validez.

La primera es una característica del instrumento de medición que se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo objeto o sujeto produce iguales resultados. La validez, por su parte, es una cualidad que se refiere al grado en que el instrumento de medición mide realmente las variables que el estudio se propuso medir. Se pueden aportar tres tipos de evidencia para la validez: evidencia relacionada con el constructo, evidencia relacionada con el contenido y evidencia relacionada con el criterio. Es importante también tomar en cuenta que los factores que pueden afectar esa validez son la improvisación, la aplicación del instrumento y la empatía o *rapport* entre el entrevistador y el entrevistado (Carmines y Zeller, 1979).

Autores como Black y Champion (1976) indican que el sondeo utiliza una serie de preguntas semejantes a un cuestionario. Quizá la única diferencia entre estos instrumentos de medición, sondeo y cuestionario, sea el nivel de rigor metodológico que exige el cuestionario.

Es decir, en el caso del sondeo la rigurosidad en su construcción y aplicación es mínima o superficial. Esto se debe a que el sondeo tiene como propósito realizar una primera aproximación exploratoria al tema en cuestión. Por su parte, el cuestionario lleva al sondeo y a las preguntas a mayores niveles de rigor metodológico y profundidad. Por eso, en este estudio se ha optado por el uso de un sondeo que permita un primer acercamiento con los niños para recolectar datos.

El contenido del sondeo, es decir, las preguntas, pueden ser tan variadas como los aspectos que se midan. Básicamente, se conocen dos tipos de preguntas: abiertas y cerradas, cada clase de preguntas tiene su ventaja y desventajas. Las preguntas cerradas son fáciles de codificar y preparar para su análisis.

Asimismo estas preguntas requieren de un menor esfuerzo por parte de los replicadores, pero la principal desventaja de las preguntas cerradas son que limitan las respuestas de las personas que responden y al hacer esto, se pierde riqueza con relación a la información que se puede obtener. Se debe tomar muy en cuenta que las preguntas sean sencillas y comprensibles, si no, se corre el riesgo de volverse complejo, no ser entendido y perder información.

Las preguntas abiertas, por su lado, son particularmente útiles en situaciones donde se desee profundizar en una opinión o en los motivos de comportamiento. Una de sus desventajas es que requiere de mayor tiempo para codificar, clasificar y preparar el análisis (Black y Champion, 1976).

Cada cuestionario que se aplica para un sondeo obedece a diferentes necesidades y problemas del investigador, independientemente que las preguntas sean abiertas o cerradas y de que sus respuestas estén precodificadas o no. Existe una serie de características que se deben tomar en cuenta, como es el iniciar con preguntas neutrales o fáciles de contestar y que se agrupan en una ficha que recupera la información psicográfica del respondente, como sexo, edad, lugar de residencia, grado escolar, etc. De este modo, es posible lograr que el respondente vaya adentrándose en la situación cada vez más concreta (Fernández, Hernández y Baptista, 1991).

La técnica del sondeo suele ser muy conveniente para emplearla en los niños; sobre todo con los que comienzan a leer y no dominan la lectura, ya que el entrevistador aplica el cuestionario y va anotando las respuestas del niño. Asimismo, cabe señalar que la aplicación de un sondeo requiere de una atmósfera apropiada, ya que el lugar donde se realice es importante. Otro factor es que el entrevistador debe ser amable y tiene que generar confianza en el entrevistado. Quien responda a la pregunta debe estar relajado, sin prisa (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Después de haber levantado el sondeo, se prepara un informe sobre la manera en cómo se desarrolló su aplicación y cada variable que se midió con este instrumento será descrita e interpretada.

Esta información, para fines de la presente investigación, se presenta en la sección de resultados, después de este capítulo. Y la guía de tópicos se encuentra en la sección de anexos de este trabajo.

## 4.2 El grupo de enfoque o sesión de grupo

Es una estrategia de investigación que permite entender las actitudes y comportamientos de un grupo que se pretende que represente algún segmento de la sociedad de acuerdo a ciertas variables sociodemográficas.

Es recomendable aplicarlo en grupos de 6 a 12 personas las cuales se reúnen simultáneamente para desarrollar la sesión. Los miembros del grupo serán guiados por un moderador que conduce la discusión y lleva las opiniones individuales a un agregado de interpretación. La sesión de grupo, grupo de enfoque o entrevista grupal pone a prueba ciertas ideas que llevan a reunir información preliminar para elaborar el proyecto de investigación (Fernández, Hernández, Baptista, 1991).

Entre las desventajas está la calidad de información reunida durante las sesiones de grupo. Esta depende, en gran medida, de la gran habilidad del moderador y de los miembros del grupo. En algunas ocasiones, esta técnica de investigación puede complementar otra investigación ya que proporciona referencias cualitativas y no cuantitativas.

De acuerdo con Fernández, et al. (1991) Las ventajas de este método es que permite a los investigadores reunir información preliminar sobre el tema a tratar con la facilidad de recolección de datos. Otra ventaja es que los grupos de enfoque pueden ser reunidos rápidamente. Además, el costo de los grupos de enfoque hace esta técnica tentadora, ya que es bajo. La profundidad de información que puede obtenerse es deseable, ya que, por ejemplo, en las encuestas, los entrevistadores trabajan con series de preguntas muy rígidas. Sin embargo, en un grupo de enfoque, las preguntas se administran de manera más flexible, ya que trabaja con una guía de preguntas más general así como con preguntas provenientes de sondeos. En consecuencia, es más fácil dar seguimiento a los puntos más importantes; también es posible la capacidad de aclarar respuestas confusas de los participantes. En conclusión, las respuestas de los grupos con frecuencia son más completas que las que se obtienen mediante otro tipo de técnicas de recolección de datos.

Tomando en cuenta que el programa de televisión que se propone en esta tesis está dirigido a un grupo de niños que viven en la ciudad de Puebla, esta sesión de grupo se conformó con un conjunto de niños que están involucrados en ver televisión. Sus edades oscilan entre 8 y 10 años; radican en la ciudad de Puebla y se ubican en un nivel social muy similar de clase media baja.

### **4.3 Entrevista Exhaustiva**

Otra técnica utilizada en este estudio fue la de entrevista. Su elaboración y aplicación, así como el tratamiento de los datos obtenidos a través de esta técnica es diferente en comparación con el de las encuestas, ya que el diseño de la entrevista cualitativa es flexible, interactivo, continuo (Herbert y Rubin, 1995).

Según Wimmer y Dominick (2001), las entrevistas intensivas o a fondo se usan para reunir información extremadamente detallada de una pequeña muestra de participantes. Se obtienen referencias elaboradas acerca de opiniones, valores, motivaciones, experiencias e impresiones de los participantes. Este tipo de entrevistas te permite una observación extensa de las respuestas no verbales de los participantes. Es importante mencionar que se elaboran para un solo participante a la vez.

Un inconveniente con el que se puede encontrar es que debido a que las entrevistas intensivas son realizadas por lo regular con pequeñas muestras, la incapacidad para generalizar es en ocasiones un inconveniente. La subjetividad del entrevistador a veces puede ser un problema.

La ventaja más importante de la entrevista a fondo es la abundancia de detalles que brinda y comparada con otras técnicas, las entrevistas intensivas o de profundidad, proporcionan respuestas más precisas sobre los puntos importantes. La guía de las entrevistas realizadas se encuentra en la sección de anexos de este trabajo.

### **4.4 Criterios para el diseño del grupo de enfoque**

¿Cómo lograr que se satisfagan las necesidades fundamentales de un programa de televisión infantil? ¿Qué características deben de tener los programas para niños? O puesto de otra manera, ¿Qué tipos de características en los programas están en posibilidades de satisfacer esas cuatro necesidades? Un programa de televisión debe satisfacer dos necesidades fundamentales: 1) atraer y mantener la atención del niño televidente y 2) propiciar el ejercicio de la actividad mental productiva del niño. En otras palabras, se busca contribuir a que su experiencia con la televisión sea activa y a partir de ella se desarrollen las habilidades mentales y la construcción de nuevos

conocimientos (Anderson and Levin, 1976; Cook, y Curtin, 1985, Nel y Vries, 1985).

Por lo que se refiere a la primera de ellas, se ha encontrado que en la atención que prestan los niños a los programas influyen de manera importante, aunque no exclusiva, las formas televisivas que se emplean, es decir, la manera en que los códigos televisivos se utilizan y combinan para presentar contenido. Además, se busca que el programa sea comprensible para los niños y que logre despertar su interés. Algunos autores sostienen que mayor comprensión del mensaje lleva a mayor atención (Lorch, Anderson y Levin, 1979), mientras que otros afirman que el aumento en la atención es un preedictor de mayor comprensión (Calver, Huston y Wright, 1987). Sin embargo Fiske y Taylor (1991) sugieren un modelo de la atención como precursor de la comprensión, codificación y retención de eventos modelados. Así, estamos ante una relación cíclica importante: El material debe ser comprensible para captar y mantener la atención, y la atención se requiere para que el material sea comprendido.

De esta manera, se contemplan cuatro necesidades que deben satisfacerse en el programa y que se encuentran íntimamente relacionadas entre sí: a) atraer y mantener la atención del niño, b) despertar su interés, c) ser comprensibles, d) propiciar la actividad mental del niño. A partir de estas cuatro necesidades se definen los criterios de evaluación que permiten juzgar si las características de los programas favorecen la satisfacción de esas necesidades. En cuanto al interés que puede despertar el programa en el niño televidente, los criterios de evaluación consideran aquellas características del mensaje que implican una cierta propuesta de interacción comunicativa entre el televidente y el programa televisivo (Ramos, 1998).

Por su parte, el lograr que los programas sean comprensibles y estimulen la actividad mental del niño televidente, está relacionada con las características pedagógicas del programa, es decir, con la manera en que los objetivos y contenidos didácticos se presentan a través del programa y la consistencia de esta presentación con un enfoque cognitivo de los procesos de enseñanza-aprendizaje (Ramos, 1998).

A partir de estos criterios de evaluación fundamentados en las cuatro necesidades reconocidas y mencionadas anteriormente de los programas televisivos, este trabajo se propone diseñar y aplicar un instrumento cualitativo (grupo de enfoque o sesión de grupo) que permita obtener la



información práctica para la creación de un diseño que se dirija a la producción de un programa de televisión para niños.

La guía que utilizó el moderador en las sesiones de grupo puede ser consultada en el apéndice al final de esta tesis.

De acuerdo con Ramos (1998), en la forma que sigue pueden definirse los distintos formatos utilizados en los programas de televisión con propósitos educativos. Un ejemplo de programa televisivo ilustrando cada uno de estos formatos fue presentado a los niños participantes en el grupo de enfoque. Los comentarios que ellos externaron se presentan en el capítulo siguiente de resultados.

**Caricaturas o dibujos animados:** Este formato creado por la animación de dibujos que representan personas, animales u objetos. Los rasgos característicos que presenta son: desde el punto de vista formal, emplea una gran variedad de los colores y atractivo visual, ritmo ágil, fondos musicales que acompañan la acción, etc. En cuanto al contenido, generalmente presentan mucho humor y es frecuente que en su exploración comercial se asocie a elevadas dosis de acción violenta.

**Títeres:** En este formato la acción se presenta a través de muñecos tales como marionetas, guiñol, muppets, de guante, etc. Es muy común que tenga gran aceptación en los niños de edad preescolar. Entre los aspectos a cuidar en este formato es la caracterización de los personajes, el diseño de los muñecos, la naturalidad de los movimientos, y la personalidad que posean.

**Anfitrión:** Este formato ha sido ampliamente utilizado para fines educativos, consiste en la aparición de uno o más personajes (humanos o no humanos) que fungen como conductores del programa, estos personajes frecuentemente son los encargados de darle una continuidad al programa y presentar diversas secciones.

**Documentales:** El formato documental consiste en la presentación de escenas del mundo real, frecuentemente acompañadas de un narrador que aparece sólo unos instantes o en “off”. Este formato también suele usar algunos recursos gráficos como la animación.

**Dramatización:** Este formato consiste en el desarrollo de un argumento a través de la acción de personajes humanos o no humanos. Corresponde al género literario y cinematográfico de la ficción. Su uso está relacionado con objetivos de aprendizaje de tipo actitudinal y afectivo, aunque también puede utilizarse para objetivos de tipo cognitivo en áreas como historia, ciencia, etc. Este formato tiene la ventaja de poder presentar situaciones que resultan familiares al espectador, creando una atmósfera de interés humano, puede “ilustrar” de una manera sencilla y accesible la aplicación del conocimiento en la vida cotidiana.

Algunos de los aspectos que se deben de tomar en cuenta incluyen la utilización de este formato, ya que el punto argumental debe ser relevante para el niño televidente en función de su campo de experiencia. Por lo tanto es conveniente que sean similares en edad, condición social y comportamiento a los que niños a los que se dirigen.

**Entrevista:** Aportado de los géneros informativos, la entrevista es un formato televisivo que puede resultar de gran interés sobre todo en los niños. Efectos de audio son incluidos y se ponen pequeños retos animando a los niños a vencerlos. Tiene diversas secciones como chistes, cocina, recomendación de libros etc. También los niños pueden ser reporteros y en las cortinillas del programa puede emplearse la diversidad de colores. Son útiles los escenarios al aire libre. Los conductores pueden ser niños.

**Magazine:** Es la combinación de diversos formatos; los más comunes son la dramatización con el reportaje, generalmente en este formato se integran diversas secciones.

**Spot:** Este anglicismo designa más que un formato. Es una herramienta que puede ser aprovechada con un fin educativo a pesar de haber sido “instituido” con intereses puramente comerciales. Se trata de un mensaje breve (entre diez y treinta segundos) en el que, con un gran dinamismo visual y frecuentemente con el apoyo de música y letras elaboradas, se presenta la información con cierta redundancia con el fin de que se quede grabado el mensaje.

**Esquemas en movimiento y apoyos gráficos:** No son formatos, más bien son esquemas y gráficos que constituyen un recurso que puede ser valioso para favorecer el aprendizaje y puede utilizarse en cualquier tipo de formatos televisivos. Se encontró que el uso de diagramas para apoyar un mensaje verbal favorece el aprendizaje de manera más efectiva que la imagen en

movimiento. Los requerimientos que presenta el uso de esquemas y gráficos se relacionan con aspectos como el tamaño y el color de las letras, la simplicidad de la composición visual y sobre todo las demandas del contenido.

Además de las definiciones de los formatos televisivos, para diseñar el instrumento de medición de la técnica grupo de enfoque, es decir, la guía del moderador, se tomaron en cuenta los cinco criterios comunicativos que debe tener un programa de televisión infantil propuestos por Ramos (1998) en su marco evaluativo.

Estos cinco elementos son los siguientes: personalización de mensaje, similitud, relevancia del punto argumental y emotividad y humor. De esta manera, se buscó constatar si estos elementos, al estar presentes en los programas mostrados, eran detectados por los niños, en el sentido de responder favorablemente o no, a ellos.

A continuación se presenta el capítulo que contiene los resultados obtenidos después de aplicar las diferentes técnicas de investigación social, tanto cuantitativas como cualitativas. Estos resultados marcarán la pauta y sentarán las bases de las sugerencias y recomendaciones que sirvan para producir un programa de televisión infantil.