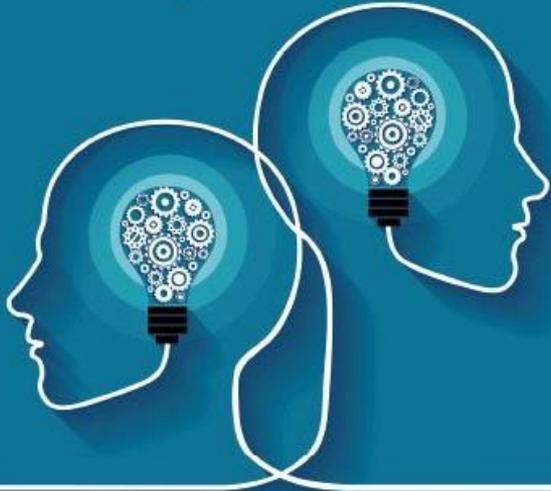




Fundamentos de Investigación
en Psicología



Laura Quintanilla Cobián
Carmen García-Gallego
Raquel Rodríguez-Fernández
Sofía Fontes de Gracia
Encarnación Sarriá Sánchez

Capítulo 2

Fases de la investigación
científica en Psicología y
ética de la investigación

Objetivos

Fases de la Investigación

Conceptos claves:

Variables

Hipótesis

Muestreo

Contraste de

hipótesis

Ética de la investigación

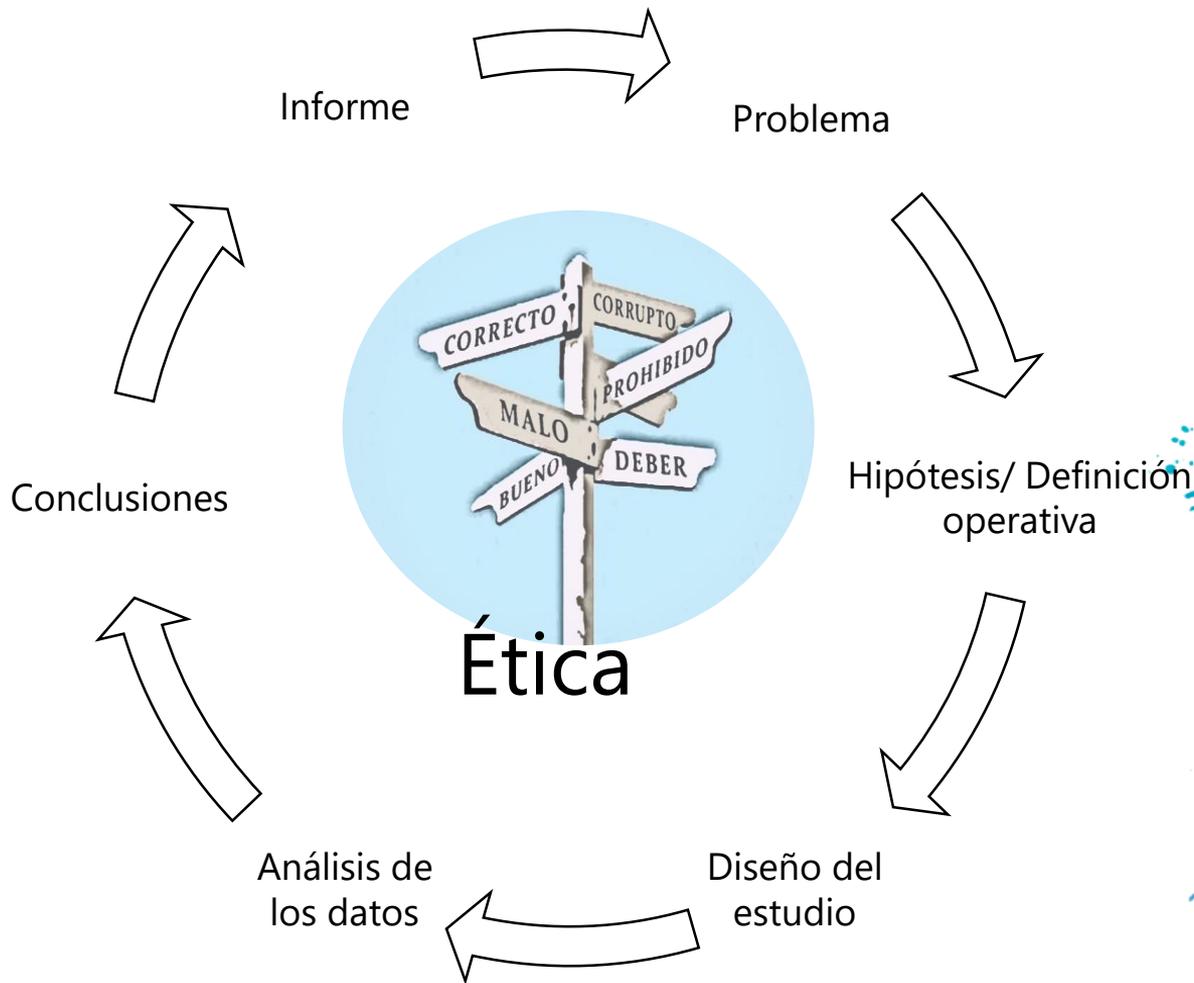
Identificar los principios éticos

Normas éticas

Papel de la ética en la publicación



Fases de la Investigación cuantitativa



Identificación del problema

¿Ese problema está resuelto por la Psicología? **Revisión de literatura.**

Tipos de problemas (Meltzoff, 2000)

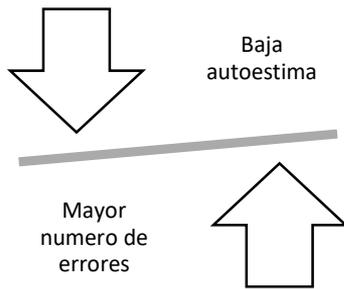
- de existencia
- descripción y clasificación
- de composición
- de relación
- descriptivos-comparativos
- de causalidad

Las preguntas determinan el tipo de diseño de investigación y algunas estrategias de trabajo

Relaciones de Covariación y Causalidad

Covariación (no manipulativa)

Relación entre dos o más variables.



Causalidad (manipulativa)

Uno de las variables causa los cambios en la otra.



¿Qué tipo de problemas estudiar?

- ✓ Relevantes → Su solución incrementa el conocimiento en un área.
- ✓ Viables → Acceso a muestra, técnicas y medios para obtener datos.
- ✓ Prolíficos → Capaces de generar nuevas líneas de investigación.

¿Cómo planteamos las hipótesis?

Problema

Teoría

Constructos

Conceptos

Objetivo

Describir (exploratorio, estadística descriptiva) O **Explicar** (confirmatorio, estadística inferencial)

Cómo se relacionan esos conceptos

Hipótesis

Constructos convertidos en variables

Hipótesis

La parte medular de una investigación cuantitativa

Hipótesis de investigación

Lo que predecimos

Hipótesis estadística

Hipótesis Nula - H_0

Hipótesis Alternativa - H_1



Comer con desgana convierte el alimento en
repulsivo manjar.

(Leonardo da Vinci)

Ejemplo

Problema

¿El estado psicológico modifica el sabor de los alimentos que comemos?

Objetivo

Determinar la influencia del estado anímico en el sabor de los alimentos.

Hipótesis

El estado de ánimo (negativo) influye en el sabor (amargo) de la comida que ingerimos

Garcia-Burgos, D., & Zamora, M. C. (2015). "Exploring the hedonic and incentive properties in preferences for bitter foods via self-reports, facial expressions and instrumental behaviours". *Food Quality and Preference*, 39, 73-81

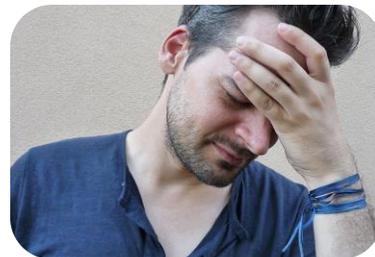
OPERATIVIZAR



Hambriento



Preocupado por el peso



Stress



café



cerveza



zum de uva



chocolate

Variable independiente:
estado de ánimo **inducido**

Estímulo o Tarea

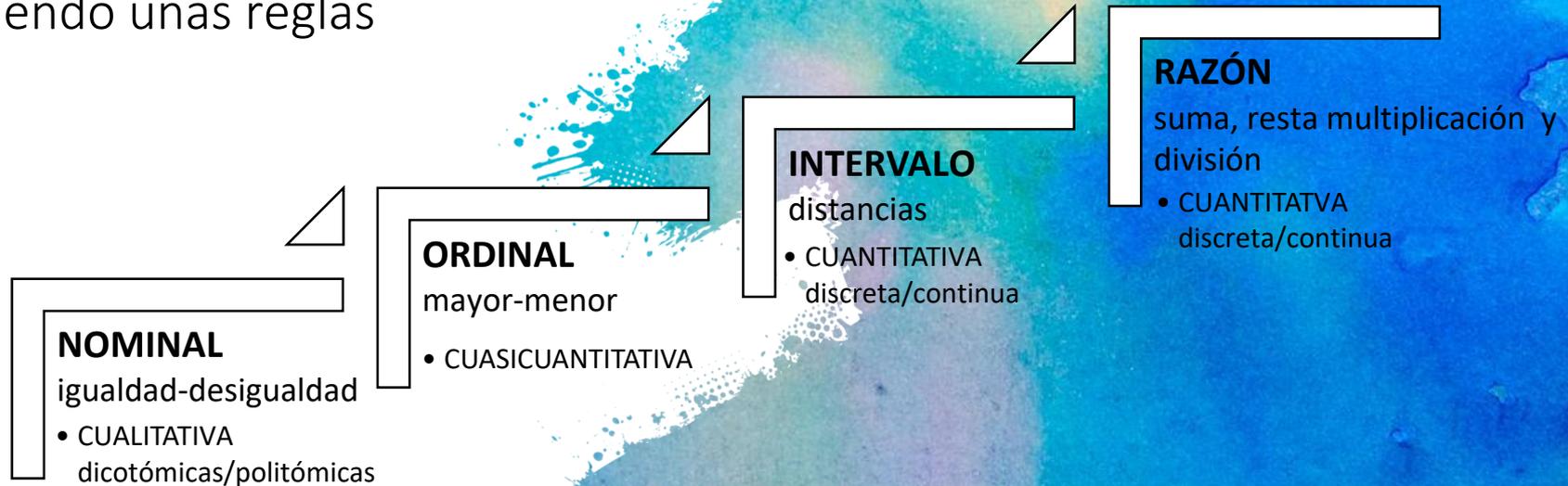
¿Cómo es de placentero el alimento que hay en tu boca?

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Variable dependiente:
medida a través de una
escala

MEDICIÓN DE VARIABLES

Escala de medida: asignar números a los valores de las variables siguiendo unas reglas



TIPO DE VARIABLES

DEPENDIENTES

INDEPENDIENTES

EXTRAÑAS

Consecuente
Efecto
Resultado

Manipulación
Antecedente
Causa
Factor

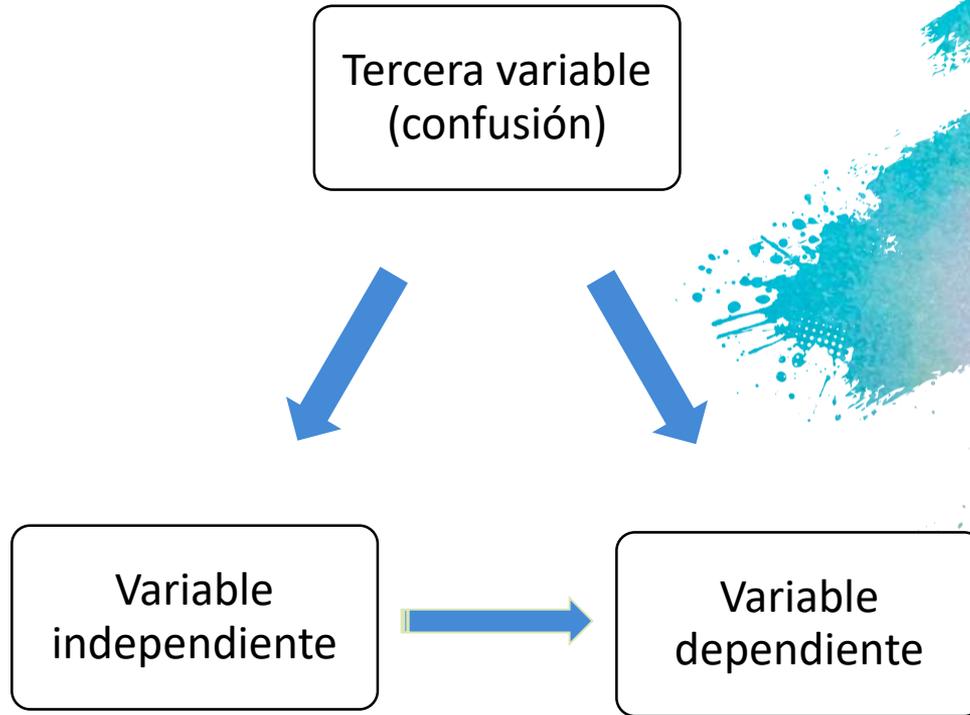
Control
Error

No manipulativa: criterio
o pronóstico

Asignación
(selección de valores)
No manipulativa: predictora

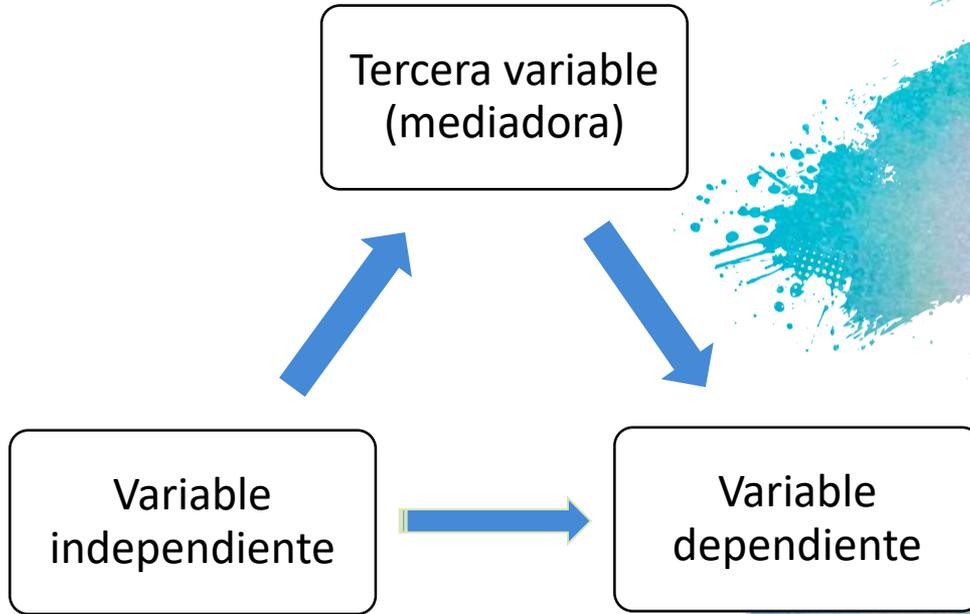


EFECTO DE ESPURIEDAD



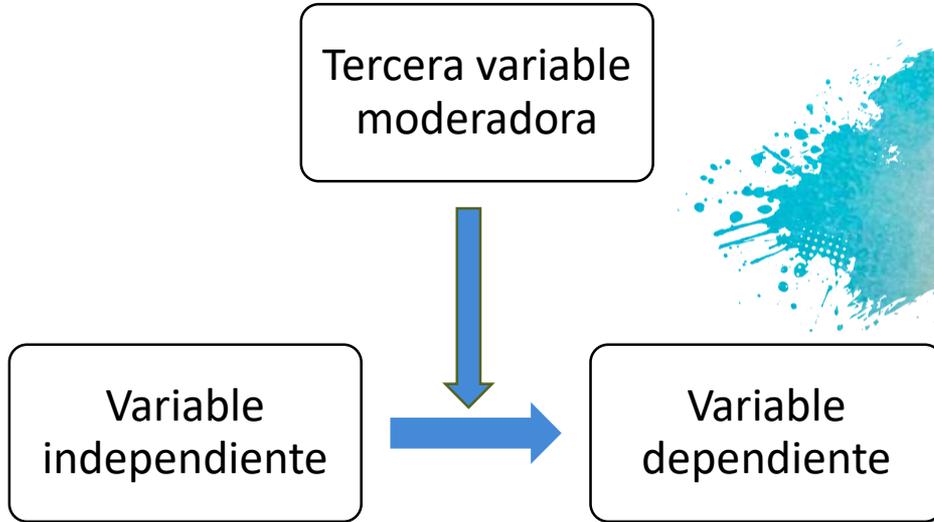
Relaciones entre las variables están en las hipótesis

MEDIACIÓN



Relaciones entre las variables están en las hipótesis

MODERACIÓN

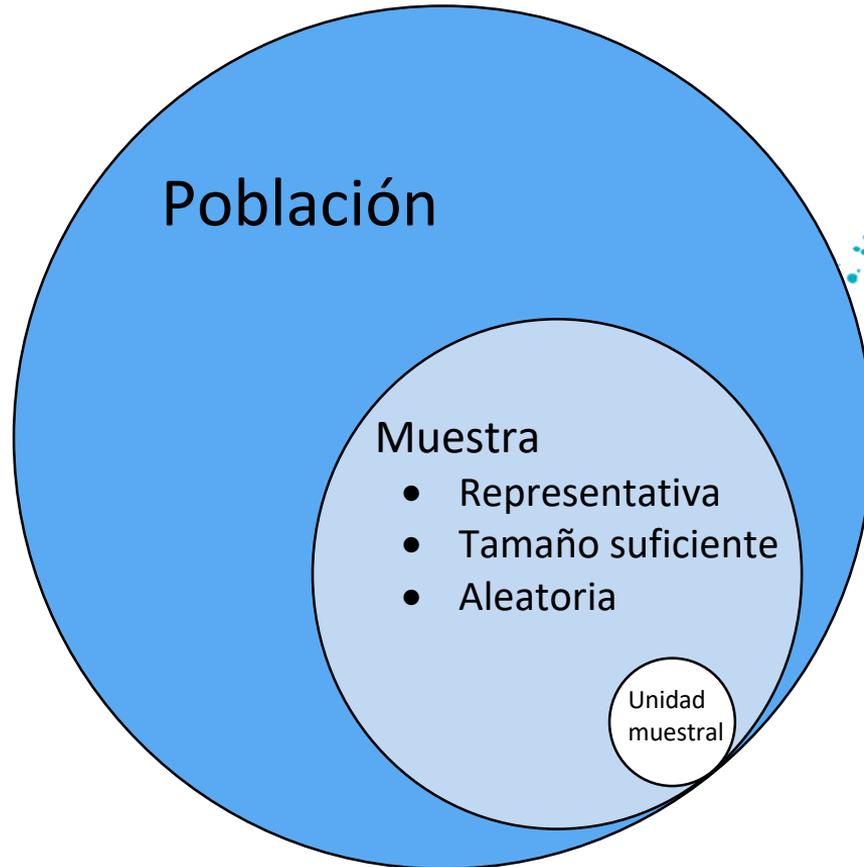


Relaciones entre las variables están en las hipótesis

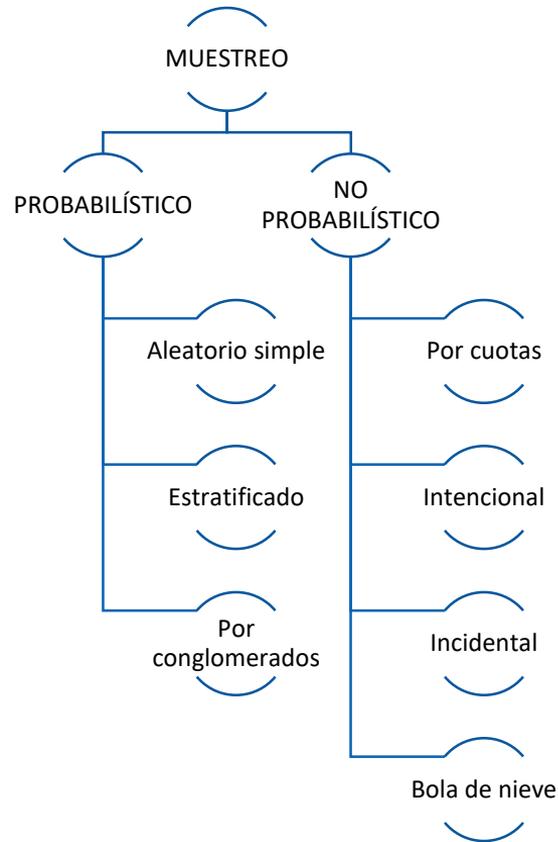
MÉTODO: diseño de investigación, muestra, instrumentos y procedimientos para la recogida de datos



Muestreo



Muestreo: ¿Cómo obtenemos la muestra?



Análisis de datos

Estadística
Descriptiva

Resumir
Buscar regularidades

Estadística
Inferencial

Predecir resultados
Generalizar

Interpretación de hallazgos

Discusión y Conclusiones

Comunicación de resultados

Estructura general del informe de investigación

Título, autor/es y su filiación/es, y nota de autor

Resumen (y *Abstract*)

Introducción

Método:

Participantes

Instrumentos

Procedimiento

Resultados

Discusión

Referencias bibliográficas

Apéndices y Materiales suplementarios



Ética

Principios del Código Ético de la APA

- Beneficencia
- Fidelidad y responsabilidad
- Integridad
- Justicia
- Respeto por los derechos de las personas y su dignidad

Normas éticas (estándares)

Investigación con personas

- Consentimiento informado
- Privacidad, anonimato y Confidencialidad
- Engaño en la investigación
- Entrevista de salida (debriefing)

Investigación con animales

- Capacitación de los psicólogos
- Saludables y trato adecuado
- Cuidado y mantenimiento
- Evitar el dolor y privación

Ética en la publicación

- No fabricar datos
- Rectificar si se descubren errores
- Problemas de plagio
- Compartir bases de datos de los trabajos
- Evitar la publicación duplicada de los datos

