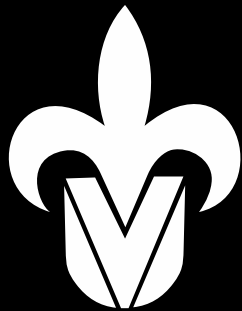


Cátedra INEGI



Universidad Veracruzana

Dirección General de Investigaciones

Instituto de Investigaciones y Estudios
Superiores Económicos
y Sociales.

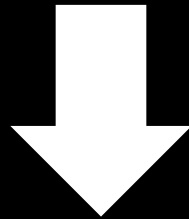
Ética en la Investigación
en el uso de diferentes
fuentes de datos

M. Rubiette Hákim Krayem

Una gran cantidad de información fluye cada día...



“La Investigación es una actividad encaminada a la solución de problemas. Su objetivo consiste en hallar respuestas a las preguntas mediante el empleo de procesos científicos”*



...de ahí que la función del investigador sea tan relevante!

*Ladrière, J. (2000). El impacto de la ciencia y la tecnología en la ética. Editorial Nova. Buenos Aires.



Constituye en una herramienta que proporciona un bagaje de información estadística y geográfica en temas económicos, sociales, socioeconómicos, publicaciones especializadas, etc.

Su actividad se centra en un Código de Ética que regula su quehacer cotidiano.



Constituye en una herramienta que proporciona un bagaje de información estadística y geográfica en temas económicos, sociales, socioeconómicos, publicaciones especializadas, etc.

Su actividad se centra en un Código de Ética que regula su quehacer cotidiano.



- Decisiones y políticas públicas.
- Estrategias de intervención.
- Herramientas de apoyo a los investigadores.
- Formación integral de estudiantes.



El uso seguro y confiable de los datos del INEGI, adquiere un significado tal, que se equipara al comportamiento, los intereses profesionales, los principios morales, las convicciones éticas y la utilización del fin como objetivo central del logro como un determinante para el proyecto académico.



Criterios para “decidir el valor” de las fuentes de información

- Relevancia para el tema a investigar,
- Quién es la autoridad que las produce y divulga,
- Naturaleza del contenido,
- Origen, Autenticidad y especialización,
- Periodicidad en la actualización de los datos,
- Accesibilidad.

Demarcaciones éticas ante la información y datos:

El INEGI expresa claramente el origen y metodología de la obtención de los datos e información.

Del investigador depende:

Decidir el análisis e interpretación de los datos y tener claro el costo-beneficio de la investigación.



¿Qué nos dicen los datos de una realidad concreta?

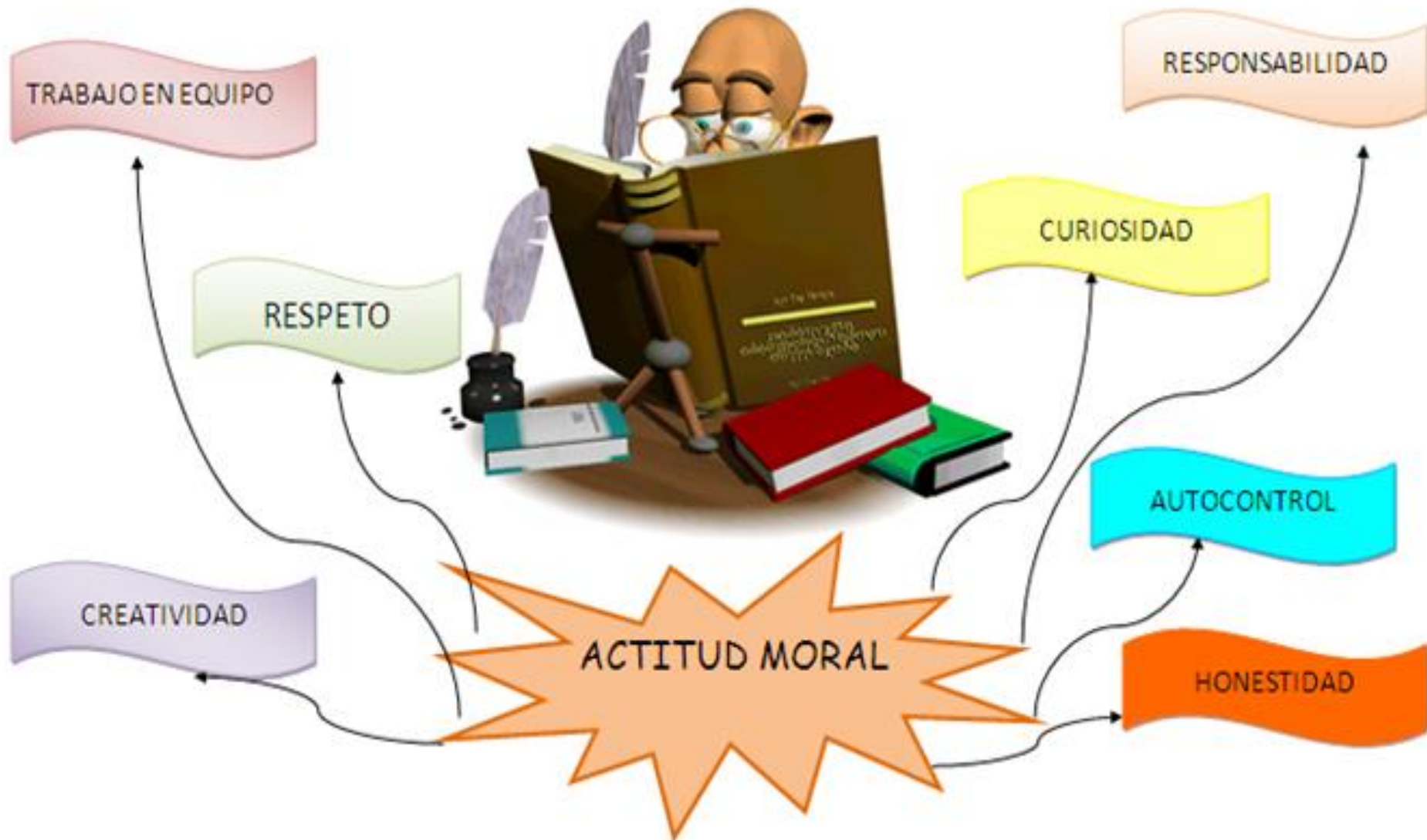
La realidad que percibimos, cambia en función de cómo se le mire



Universidad Veracruzana

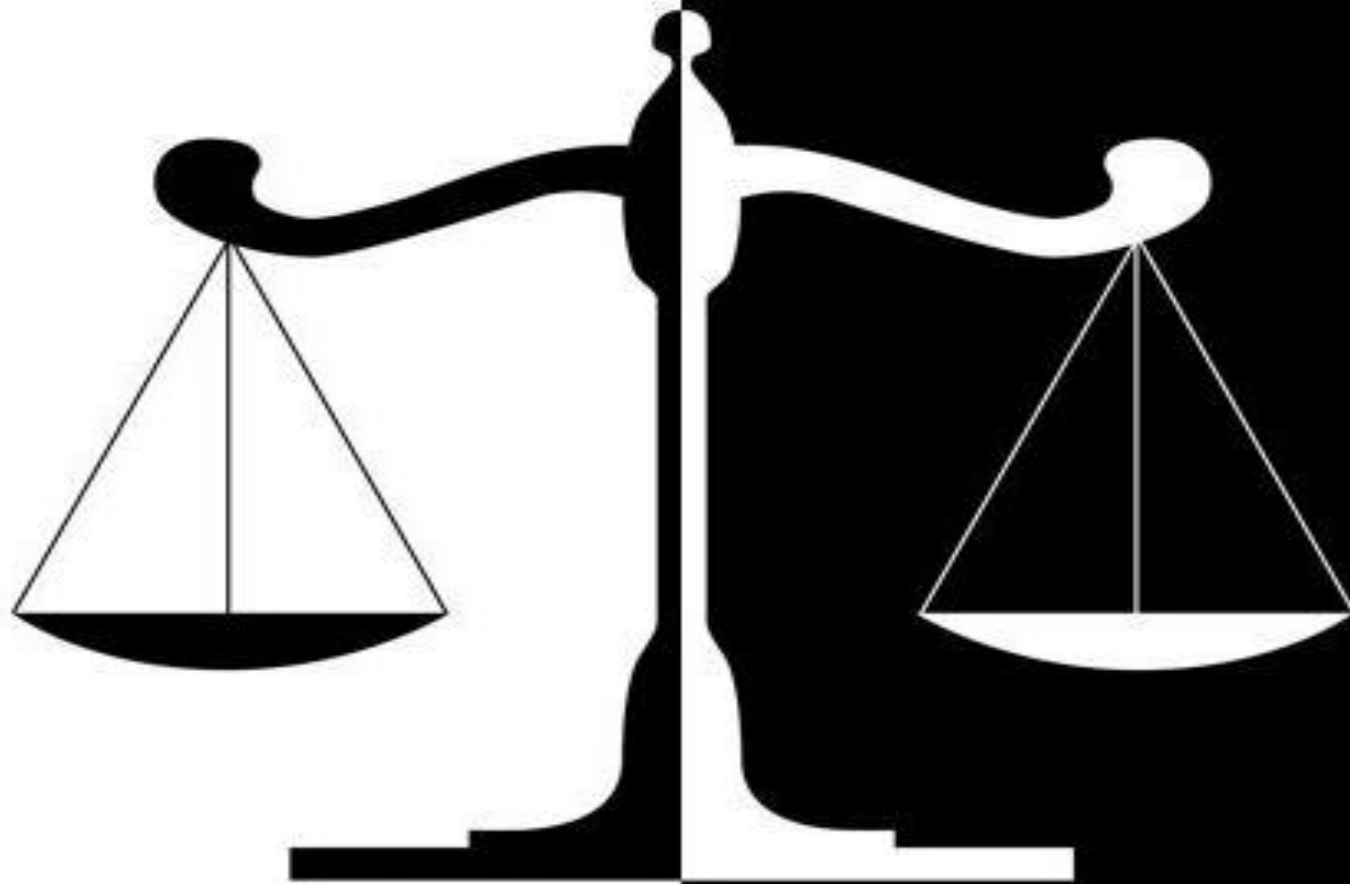
Esta práctica debe evidenciar, en todos los escenarios, el deber ser, la responsabilidad, los valores y principios emanados de la institución de educación superior que representamos.

Cualidades de un buen investigador



Los factores éticos de un investigador, se enmarcan en la honestidad, dignidad y calidad en concordancia con la institución educativa a la que se debe.

honestidad
dignidad
calidad



El bien o el mal guía el quehacer del investigador.



Algunas consideraciones

1.- Los principios éticos son determinantes en la conducta del investigador, en un contexto de iguales;

2.- Cuidar el riesgo de dañar considerablemente a la gente, al medio ambiente o a la propiedad;

3.- Preservar la privacidad y la confidencialidad de los sujetos objetos de la investigación;

4.- Evitar ofrecer grandes recompensas o exigir el cumplimiento de contratos obligatorios para el estudio;

5.- No desviar los resultados y conclusiones, es decir, no ser tendencioso, inflar o minimizar los resultados con datos falsos;

6.- Prestar atención en la metodología para definir los sistemas de análisis y sistematización de los datos y los resultados;

7.- Cuidar la selección de evaluadores de proyectos para favorecer, castigar o dañar a otros.

8.- Capacidad para anticipar los problemas éticos que puedan surgir de una investigación;


9.- Informar las ventajas y desventajas técnicas o las fallas de la investigación.

10.- Énfasis en “cómo vestir los datos obtenidos”.

**Una imagen dice más que mil palabras,
y mucho más que un millón de
números...**

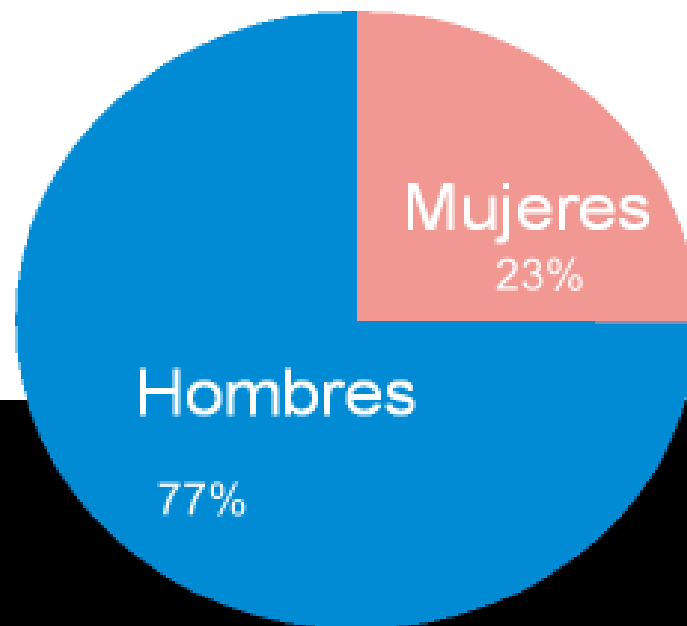


“Se observó que asistieron el 77 % de hombres y 23 % de mujeres”

Mejor así 



A ese curso asistió casi la cuarta parte de mujeres.



“Una imagen dice más que mil palabras y mucho más que un millón de números”

Tráfico de la red de Weblogs SL

	Usuarios únicos			Páginas vistas		
	dici-07	ener-08	%	dici-07	ener-08	%
WSL Media						
1 Xataka	1.140.207	1.125.370	-1%	3.451.464	3.754.697	9%
2 Vidaextra	897.975	883.792	-2%	2.815.529	3.119.958	11%
3 Blog de cine	645.295	814.171	26%	1.699.974	2.101.682	24%
4 Notas de futbol	148.316	165.028	11%	377.354	430.962	14%
5 El Blog Salmon	137.874	172.306	25%	293.052	372.316	27%
6 Genbeta	868.396	960.180	11%	1.727.488	1.957.355	13%
7 Motorpasión	1.047.600	1.209.808	15%	5.809.599	7.323.183	26%
8 Directo al paladar	536.427	435.649	-19%	1.301.979	1.027.798	-21%
9 Bebes y mas	579.570	615.744	6%	1.131.861	1.275.989	13%
10 Fuera de limites	50.765	29.111	-43%	77.817	56.855	-27%
11 Vaya Tele	363.303	468.252	29%	874.477	1.110.906	27%
12 Diario del viajero	144.433	189.461	31%	272.031	365.849	34%
13 Genciencia	60.467	75.436	25%	162.641	177.195	9%
14 Tendencias	310.761	328.484	6%	1.087.109	1.270.794	17%
15 Hipersónica	160.017	175.614	10%	331.459	365.413	10%
16 Applesfera	283.436	428.630	51%	1.231.752	2.907.043	136%
17 Comradicción	110.149	128.426	17%	341.699	393.387	15%
18 Xataka móvil	420.395	376.560	-10%	939.423	878.087	-7%
19 AmbienteG	35.462	37.131	5%	212.611	295.533	39%
20 Moto22	152.430	171.326	12%	678.200	803.892	19%
21 Papel en blanco	47.484	60.459	27%	86.477	120.311	39%
22 Decoesfera	52.852	70.749	34%	226.866	321.864	42%
23 Racingpasión	67.332	101.673	51%	424.504	637.671	50%
24 Vitónica	38.715	63.302	64%	110.645	156.433	41%
25 Embelezza	31.544	34.933	11%	96.904	105.724	9%
26 Poprosa	57.557	65.550	14%	206.662	274.936	33%
26 Xataka foto	50.031	53.362	7%	312.346	311.783	0%
27 Pymes y autónomos	12.784	14.277	12%	48.399	48.047	-1%
WSL Media	8.451.578	9.254.784	10%	26.330.322	31.965.663	21%
WSL Selección	1.057.198	1.165.892	10%	3.263.187	3.693.756	13%
WSL Empresas	236.392	267.111	13%	491.089	542.583	10%
TOTAL	9.745.168	10.687.787	10%	30.084.598	36.202.002	20%
Des-solapados	7.435.382	8.158.591	10%			

Fuente: Nielsen Online Market Intelligence, tráfico nacional e internacional



Mejor así





Trafico de la red de Weblogs SL

Sitio Weblogs	Enero 2008		Enero 2007	
	Visitas	%	Visitas	%
Todo Weblogs	1.420.242	100%	1.700.000	100%
1. El Blog de...	800.000	56%	1.000.000	59%
2. Blog de...	400.000	28%	500.000	29%
3. Blog de...	200.000	14%	300.000	18%
4. Blog de...	100.000	7%	150.000	9%
5. Blog de...	50.000	4%	100.000	6%
6. Blog de...	20.000	1%	50.000	3%
7. Blog de...	10.000	0%	20.000	1%
8. Blog de...	5.000	0%	10.000	0%
9. Blog de...	2.000	0%	5.000	0%
10. Blog de...	1.000	0%	2.000	0%
11. Blog de...	500	0%	1.000	0%
12. Blog de...	200	0%	500	0%
13. Blog de...	100	0%	200	0%
14. Blog de...	50	0%	100	0%
15. Blog de...	20	0%	50	0%
16. Blog de...	10	0%	20	0%
17. Blog de...	5	0%	10	0%
18. Blog de...	2	0%	5	0%
19. Blog de...	1	0%	2	0%
20. Blog de...	0	0%	1	0%
21. Blog de...	0	0%	0	0%
22. Blog de...	0	0%	0	0%
23. Blog de...	0	0%	0	0%
24. Blog de...	0	0%	0	0%
25. Blog de...	0	0%	0	0%
26. Blog de...	0	0%	0	0%
27. Blog de...	0	0%	0	0%
28. Blog de...	0	0%	0	0%
29. Blog de...	0	0%	0	0%
30. Blog de...	0	0%	0	0%
31. Blog de...	0	0%	0	0%
32. Blog de...	0	0%	0	0%
33. Blog de...	0	0%	0	0%
34. Blog de...	0	0%	0	0%
35. Blog de...	0	0%	0	0%
36. Blog de...	0	0%	0	0%
37. Blog de...	0	0%	0	0%
38. Blog de...	0	0%	0	0%
39. Blog de...	0	0%	0	0%
40. Blog de...	0	0%	0	0%
41. Blog de...	0	0%	0	0%
42. Blog de...	0	0%	0	0%
43. Blog de...	0	0%	0	0%
44. Blog de...	0	0%	0	0%
45. Blog de...	0	0%	0	0%
46. Blog de...	0	0%	0	0%
47. Blog de...	0	0%	0	0%
48. Blog de...	0	0%	0	0%
49. Blog de...	0	0%	0	0%
50. Blog de...	0	0%	0	0%
51. Blog de...	0	0%	0	0%
52. Blog de...	0	0%	0	0%
53. Blog de...	0	0%	0	0%
54. Blog de...	0	0%	0	0%
55. Blog de...	0	0%	0	0%
56. Blog de...	0	0%	0	0%
57. Blog de...	0	0%	0	0%
58. Blog de...	0	0%	0	0%
59. Blog de...	0	0%	0	0%
60. Blog de...	0	0%	0	0%
61. Blog de...	0	0%	0	0%
62. Blog de...	0	0%	0	0%
63. Blog de...	0	0%	0	0%
64. Blog de...	0	0%	0	0%
65. Blog de...	0	0%	0	0%
66. Blog de...	0	0%	0	0%
67. Blog de...	0	0%	0	0%
68. Blog de...	0	0%	0	0%
69. Blog de...	0	0%	0	0%
70. Blog de...	0	0%	0	0%
71. Blog de...	0	0%	0	0%
72. Blog de...	0	0%	0	0%
73. Blog de...	0	0%	0	0%
74. Blog de...	0	0%	0	0%
75. Blog de...	0	0%	0	0%
76. Blog de...	0	0%	0	0%
77. Blog de...	0	0%	0	0%
78. Blog de...	0	0%	0	0%
79. Blog de...	0	0%	0	0%
80. Blog de...	0	0%	0	0%
81. Blog de...	0	0%	0	0%
82. Blog de...	0	0%	0	0%
83. Blog de...	0	0%	0	0%
84. Blog de...	0	0%	0	0%
85. Blog de...	0	0%	0	0%
86. Blog de...	0	0%	0	0%
87. Blog de...	0	0%	0	0%
88. Blog de...	0	0%	0	0%
89. Blog de...	0	0%	0	0%
90. Blog de...	0	0%	0	0%
91. Blog de...	0	0%	0	0%
92. Blog de...	0	0%	0	0%
93. Blog de...	0	0%	0	0%
94. Blog de...	0	0%	0	0%
95. Blog de...	0	0%	0	0%
96. Blog de...	0	0%	0	0%
97. Blog de...	0	0%	0	0%
98. Blog de...	0	0%	0	0%
99. Blog de...	0	0%	0	0%
100. Blog de...	0	0%	0	0%

WSL media

Usuarios únicos

Páginas visitadas

Enero de 2008

Enero de 2008

Fuera de límites

29.11

56.85

Fuente: AC Nielsen 2008

**CON
CLU
SIO
NES.**

- Aprovechar al máximo las herramientas del INEGI, por su transparencia, confiabilidad y rigor metodológico.
- La falta de ética o deshonestidad académica de cualquier actor en el uso de los datos e información, constituye una violación a reglas o normas prescritas institucionalmente.

- Todo esfuerzo ético-académico, que se orienta hacia el bien común, es encomiable por contribuir al progreso de la humanidad.
- Asegurarse que los Códigos de Ética Institucionales permeen a todas las dependencias y entidades académicas y a todos y cada uno de los actores que en ella confluyen, a través de reglamentos y lineamientos claros de conducta.

No olvidar que...

- Quien investiga tiene libertad de elección, decisión de reflexionar, voluntad para poner en práctica lo decidido y una responsabilidad social y ética con la institución a la que se debe...

**No hacerlo, corre el riesgo de un sinsentido en su
quehacer institucional.**



“La Ética no nos dice qué hay que hacer,
sino cómo hay que decidir lo que hacemos.”

Fernando Savater.