
Metodologías cualitativas para la investigación

PID_00265810

Raquel Camprubí Subirana
Patricia Castellanos Pineda

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 5 horas





Raquel Camprubí Subirana

Profesora Agregada del Área de Organización de Empresas en la Facultad de Turismo de la Universidad de Girona, y miembro del Instituto de Investigación en Turismo.



Patricia Castellanos Pineda

Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación (UAB), docente colaboradora de la Universitat Obrera de Catalunya (UOC), investigadora del grupo Museia de los Estudios de Arte y Humanidades de la misma universidad, y del Observatorio de la Difusión de la Ciencia (ODC) de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB).

La revisión de este recurso de aprendizaje UOC ha sido coordinada por la profesora: Julie Wilson (2019)

Segunda edición: octubre 2019
© Raquel Camprubí Subirana, Patricia Castellanos Pineda
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realización editorial: FUOC

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares de los derechos.

Índice

1. Introducción a la metodología cualitativa.....	5
2. Diez puntos importantes en la investigación cualitativa.....	9
3. Principales escuelas.....	12
4. El diseño de una investigación cualitativa.....	17
4.1. El modelo de la teoría fundamentada	17
4.2. El modelo interactivo	18
4.3. La propuesta de Janesick	22
5. La población de estudio y la muestra.....	25
5.1. Definición de la población y la muestra	25
5.2. Criterios y principios a considerar	25
6. Los métodos de recolección de datos.....	28
6.1. La observación	30
6.2. La entrevista	35
6.2.1. La entrevista estructurada	35
6.2.2. La entrevista semiestructurada	37
6.2.3. La entrevista en profundidad	39
6.2.4. La entrevista de grupo (grupos focales)	41
6.3. Los estudios de caso	44
7. El análisis de los resultados.....	46
8. Fundamentar la investigación cualitativa.....	50
Bibliografía.....	55

1. Introducción a la metodología cualitativa

En investigación social, es imprescindible el uso de un método claro, bien planificado y accesible en su ejecución mediante el cual el investigador pueda acercarse al objeto de estudio. En particular, por las investigaciones en el campo del turismo, pasa lo mismo y, por tanto, comprender cuáles son las herramientas y métodos que serán más útiles es uno de los principios básicos para todo investigador. Por eso, resulta indispensable conocer los principales métodos cualitativos que se utilizan en ciencias sociales, saber y comprender su aplicación.

En primer lugar, hay que recordar que la investigación social

"es un proceso complejo sometido a: objetivos concretos, limitación de recursos y plazos" (Pons, 1993, pág. 7).

Por consiguiente, es necesario tener claro, entre otros aspectos que se detallarán más adelante, qué es lo que se quiere investigar, el alcance de la investigación y los recursos que se tienen para ello.

Como bien definen Taylor y Bogdan (2002),

"la investigación cualitativa es aquella que produce datos descriptivos: las palabras y la observación de las conductas de las personas investigadas".

Para Guba y Lincoln (1994), la discrepancia entre el método cuantitativo y cualitativo, o la pretendida superioridad del primero sobre el otro, viene del hecho de que la matemática ha sido considerada la "reina de las ciencias", al igual que la física, la química y aquellas llamadas "ciencias duras". Por otro lado, se encuentran las ciencias sociales y otras consideradas "blandas" de manera peyorativa. Estos autores se muestran contrarios a la tendencia a creer el hecho de que solo es ciencia aquello que puede expresarse numéricamente.

Con cierta frecuencia, los métodos cualitativos son cuestionados por su dificultad de análisis. Sin embargo, como señala Berg (2007, pág. 3):

"Even though the virtue of qualitative research is seldom questioned in the abstract, its practice is sometimes criticized for being nonscientific and thus invalid. However, these critics tended to lose sight of the probability factor inherent in quantitative practices and replaced it with an assumption of certainty".

A pesar de ello, nadie niega el hecho de que, para el investigador social, la metodología cualitativa es imprescindible por la gran cantidad de información que proporciona, la calidad de la misma y la manera de abordarla. En la gran

mayoría de ocasiones, se requiere que el investigador esté lo suficientemente entrenado para poder darle ese plus de calidad que necesita la cantidad, al analizar la información recogida.

Berg es claro a la hora de defender la utilidad de los métodos cualitativos, al considerar que los datos y la información meramente cuantitativa no capta la totalidad de una problemática social. Y recuerda que la investigación cualitativa puede captar todo aquello que no se plasma en los datos, como una mirada, un olor y muchas otras cosas que quedan a la percepción de un investigador social.

La información cualitativa tiene una dificultad añadida en cuanto a los datos cuantificables pero tiene la ventaja de que ofrece una información inapreciable para todo investigador. En la actualidad existen programas informáticos que facilitan la tarea del investigador social en cuanto al análisis de los métodos cualitativos, pero aún para ello, se debe estar preparado y saber qué exigir a un software. De lo contrario, será inútil cualquier tipo de herramienta de soporte, aún las que consideramos infalibles.

También hay que tener en cuenta que cada día un mayor número de investigadores opta por combinar los dos métodos. Como señala Crews (2009: 208 y ss.), la tendencia a trabajar con metodología cualitativa y cuantitativa es creciente y se ha acentuado desde la aparición, en el año 2003, del libro *Handbook of Mixed Methods in the Social and Behavior Sciences*, de Abbas Tashakkori y Charles Teddlie.

Datos cuantitativos y cualitativos

Maxwell y Mohr (1999) distinguen claramente entre los datos cualitativos y los cuantitativos. Los primeros se expresan en palabras escritas o habladas; lo consideran un dato *textual*. Por el contrario, el cuantitativo, al que llaman dato *categorico*, es un dato medible, que puede subdividirse en frecuencias o con el que se pueden realizar enumeraciones. Es una manera nítida de expresar las diferencias entre unos y otros, aunque entrar en las distinciones metodológicas y conceptuales no será objeto de esta asignatura ya que se trata de metodología cualitativa.

De ahí que exista una amplia bibliografía en la que se defiende la utilidad de las dos corrientes y la eficacia al combinarlas. Por tanto, no debe ser un factor de preocupación el hecho de trabajar únicamente con una u otra. Como se ha insistido, el método cualitativo se ajusta al objeto de estudio del investigador social.

La metodología cualitativa reúne varias perspectivas de investigación arropadas bajo distintos paraguas teóricos. Existen tres posiciones teóricas básicas reconocidas (Flick, Bogdan, Silverman, Bergold, entre otros) que mencionaremos de manera general pero que no entraremos a detallar:

1) **El interaccionismo simbólico.** Enunciado por Herbert Blumer, miembro de la Escuela de Chicago, interesa especialmente a la sociología, la psicología y los estudios de comunicación. Considera los significados subjetivos que los individuos atribuimos al entorno. Blumer partía de tres premisas:

- los sujetos actúan sobre, e interactúan con, objetos y personas a partir de lo que significan para él;
- dichos significados surgen por la interacción entre individuos en la que media la comunicación;
- la tercera premisa sostiene que cada persona elabora, interpreta y transforma los significados según su experiencia y expectativas. Utiliza la observación participante y el análisis documental como métodos de trabajo.

2) **La etnometodología.** Escuela fundada por Harold Garfinkel a finales de la década de los cincuenta y comienzos de los sesenta del siglo pasado. La etnometodología analiza la manera en que el individuo produce las acciones de la vida cotidiana y cómo les otorga sentido. Es decir, cómo crea la realidad social. Es una corriente sociológica que utiliza la grabación de conversaciones y la entrevista como métodos de recolección de información.

3) **Los modelos estructuralistas y las posiciones psicoanalíticas.** El tercer enfoque teórico de la metodología cualitativa asume –aunque con distintos grados de importancia– "que los sistemas culturales de significado enmarcan de algún modo la percepción y la creación de la realidad subjetiva y social" (Flick, 2002: 9). En este modelo se distingue la superficie y la actividad de una experiencia, de las estructuras profundas, en las que el sujeto no se detiene a analizar en su vida cotidiana.

Veamos un resumen:

Posiciones teóricas en la investigación cualitativa

	Punto de vista de los sujetos	Creación de las realidades sociales	Marco cultural de las realidades sociales
Antecedentes teóricos tradicionales	Interaccionismo simbólico	Etnometodología	Estructuralismo, psicoanálisis
Avances recientes en las ciencias sociales	Interaccionismo interpretativo	Estudios del trabajo	Postestructuralismo
Avances recientes en la psicología	Programa de investigación de las teorías subjetivas	Psicología discursiva	Representaciones sociales

Fuente: Flick (2007, pág. 42)

	Punto de vista de los sujetos	Creación de las realidades sociales	Marco cultural de las realidades sociales
--	--------------------------------------	--	--

Rasgos comunes

- La *Verstehen* como principio epistemológico
- La reconstrucción de casos como punto de partida
- La construcción de la realidad como base
- El texto como material empírico

Fuente: Flick (2007, pág. 42)

Verstehen

Del alemán. Literalmente significa comprensión. En este caso se relaciona también con el "comprensivismo", rama de la epistemología que intenta estudiar al ser humano mediante la comprensión del sujeto en oposición al positivismo. La aclaración es nuestra. Para ampliar el tema, ver bibliografía: Belvedere (2002) y Von Wright (1987).

Flick entiende estas corrientes teóricas como una manera de acceder al objeto de estudio y según sea la intención del trabajo de investigación. El autor defiende el hecho de que es posible combinar diferentes perspectivas teóricas.

2. Diez puntos importantes en la investigación cualitativa

Taylor y Bogdan (2002: 20 y ss.) recuerdan que la investigación cualitativa se caracteriza especialmente, por la variedad de métodos a la hora de recopilar los datos, y por la manera de afrontar el mundo que estudia. Los autores destacan diez puntos que no hay que olvidar cuando se utiliza la investigación cualitativa:

1) **Inducción.** El investigador parte de pautas de los datos para desarrollar sus conceptos. Se sigue el diseño de la investigación, de manera flexible, según avanza la misma.

2) **Perspectiva holística.** Los métodos cualitativos ven su objeto de estudio considerándolos como un todo y la manera en que interaccionan. Tiene en cuenta el contexto en el que se encuentran, por ejemplo, los individuos, y los elementos que le rodean.

3) **Participación.** En los métodos participantes, los investigadores son conscientes de que pueden tener un efecto sobre aquello (s) que investiga (n) y, por eso, deben intentar minimizar esos efectos.

4) **Comprensión.** Tiene que ver con el hecho de que el investigador se identifica con el sujeto que estudia "para poder comprender cómo ven las cosas" (op. cit.: 20). Esto incluye que el investigador experimente la problemática analizada, dentro de su propio ambiente.

5) **Acercamiento.** El investigador social se acerca a su objeto de estudio como si fuera la primera vez. Para ello, es necesario despojarse de nociones preconcebidas.

6) **Aprecio por todas las perspectivas.** En investigación social es importante tener en cuenta todos los objetos de estudio posible. Ve a todas las personas por igual.

7) **Métodos humanistas.** Los métodos cualitativos tienen en cuenta al ser humano y ese hecho influye en la manera de verlo. Es diferente estudiar una cifra o un objeto que realizar un análisis sobre un ser humano. Analizar cualitativamente a una persona permite conocerla y entenderla en su entorno social y personal.

8) **Énfasis a la validez de la investigación.** Taylor y Bogdan (2002) resaltan que un investigador social debe defender la validez de su investigación basada en una recolección de datos, la cual incluye observación, entrevistas y otros.

Dichos métodos permiten un conocimiento directo de la vida social.

9) **Todo es digno de estudio.** Para el investigador social, los métodos cualitativos permiten acercarse a cualquier escenario y sujeto que pudieran convertirse en objeto de estudio. O sea, todo tiene valor y merece ser estudiado.

10) **Arte.** Taylor y Bogdan consideran que la investigación social es un arte, y el hecho de que el investigador pueda construir y adaptar los métodos constituye un aspecto que favorece el crecimiento de la disciplina. Resaltan la importancia de seguir unos lineamientos que orientan, pero no son una regla inmodificable e intransigente. Es decir, cada uno puede (y de hecho, debe) realizar los cambios necesarios que se ajusten de la mejor manera a la propia investigación.

La investigación cualitativa presenta un amplio abanico de posibilidades que, como se ha mencionado, el investigador social debe aprender a manejar, identificando aquellas que le sean pertinentes. Para esta tarea es útil que el investigador social conozca las diferentes escuelas por medio de las que se han establecido los métodos y las tendencias en esta área del conocimiento, las cuales se han enriquecido con los aportes de las diferentes disciplinas que las han utilizado. Entre ellas: la antropología, la sociología y la psicología.

Se trata de métodos que no son nuevos y que, de hecho, han sido utilizados por los investigadores, incluso desde hace siglos, pero que permanecían sin agruparse. Por ejemplo, la conocida **Escuela de Chicago** utilizó muchos de los métodos que ahora se conocen como cualitativos.

La Escuela de Chicago

Es una de las escuelas más importantes en el campo de las ciencias sociales; tomó su nombre de los trabajos realizados por miembros de la Universidad de Chicago entre 1915 y 1940. Representa la primera escuela exitosa de un colectivo norteamericano de investigación sociológica.

Los métodos cuantitativos copan el interés y, a partir de la década de los cincuenta del siglo XX, pasan a convertirse en una de las prioridades de los investigadores. El interés por los métodos cualitativos decrece y solo se retoma en los años sesenta. Veamos las diferencias básicas entre la metodología cuantitativa, la cualitativa y el método mixto, descritas por Tiddlie y Tashakkori (2008: 22) mediante la identificación de varias dimensiones:

Dimensiones de contraste entre tres comunidades metodológicas

Dimensión de contraste	Posición cualitativa	Método mixto	Posición cuantitativa
Método	Método cualitativo	Mixto	Método cuantitativo
Investigadores	Cualitativos	Mixtos	Cuantitativos
Paradigma	Constructivismo (y variantes)	Pragmatismo	Pospositivismo Positivismo
Preguntas de investigación	Cualitativas	Mixtas	Cuantitativas Hipótesis de trabajo
Forma del dato	Narrativa	Narrativa y numérica	Numérica
Propósito de la investigación	Con frecuencia Exploratorio más confirmatorio	Confirmatorio / exploratorio	Con frecuencia Confirmatorio más exploratorio
Rol de la teoría, lógica	Teoría fundamentada Lógica inductiva	Inductivo y deductivo	Marco conceptual, Modelo hipotético- deductivo
Diseños o estudios típicos	Etnográficos y otros	Mixtos (paralelo, secuencial...)	Correlacional, encuesta, experimental
Muestreo	Propositivo	Propositivo, probabilístico, mixto	Probabilístico
Análisis de datos	Estrategias temáticas: categóricas y contextualizadoras	Integración temática y estadística	Análisis estadísticos e inferenciales
Validez	Fiabilidad: credibilidad, transmisibilidad	Inferencia Transmisibilidad	Interna y externa

Adaptación de Teddlie y Tashakkori (2009, pág. 22)

Decenas de estudiosos se dedican a analizar y reivindicar el potencial de los métodos cualitativos y la disciplina toma cuerpo teórico. Esto permite que evolucione y sus métodos pasan a convertirse en una opción de trabajo clara, especialmente, para los investigadores sociales.

Lectura recomendada

Sobre métodos mixtos, se recomienda leer el capítulo 1 de Ch. Teddlie y A. Tashakkori (2009). *Foundations of Mixed Methods Research. Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*. Thousand Oaks / Londres / Nueva Delhi / Singapur: Sage.

3. Principales escuelas

Las escuelas que han desarrollado la metodología cualitativa pueden verse desde diferentes perspectivas. Para este caso, tomaremos la clasificación de Flick (2002), que recoge otras propuestas de otros autores y, al mismo tiempo, las amplía.

En su trabajo, Flick realizó una interesante clasificación de las diferentes perspectivas teóricas según tres elementos: la aproximación a puntos de vista subjetivos, descripción de las situaciones sociales, y análisis hermenéutico de las estructuras.

Perspectivas de investigación en investigación cualitativa

	Aproximación a puntos de vista subjetivos	Descripción de la manera de construir las relaciones sociales	Análisis hermenéutico de las estructuras subyacentes
Posición teórica	<ul style="list-style-type: none"> • Interaccionismo simbólico • Fenomenología 	<ul style="list-style-type: none"> • Etnometodología • Constructivismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Psicoanálisis • Estructuralismo
Método de recolección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas semiestructuradas • Entrevistas narrativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos focales • Etnografía • Observación participante • Grabación de interacciones • Recolección de documentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Grabación de interacciones • Fotografía • Cine
Método de interpretación	<ul style="list-style-type: none"> • Códigos teóricos • Análisis de contenido • Análisis narrativo • Métodos hermenéuticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de conversaciones • Análisis del discurso • Análisis de género • Análisis documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Hermenéutica objetiva • Hermenéutica profunda • Sociología del conocimiento
Campos de aplicación	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación biográfica • Análisis del conocimiento cotidiano 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del mundo de la vida y de las organizaciones • Evaluación • Estudios culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación familiar • Investigación biográfica • Investigación generacional

Fuente: Flick, Kardoff y Steinke (2000, pág. 19). En: Flick (2002)

Una buena manera de conocer este tipo de metodología es por medio de las principales escuelas de investigación cualitativa clasificadas por Flick (2002):

1) Teoría fundamentada en datos (*grounded theory*)

Fue planteada por Berney Glaser y Anselm Strauss en 1967 y se basa en el hecho de construir la teoría a partir de los datos cualitativos. Los dos autores trabajaron juntos durante unos años, pero acabaron separándose por divergencias en el enfoque metodológico. Hoy en día, los seguidores de esta escuela se dividen en aquellos que siguen a Glaser (inclinado hacia el método inductivo) y los que siguen a Strauss (inclinado hacia el interaccionismo simbólico de Blumer). Una de las características del trabajo de Glaser y Strauss es el de la

muestra teórica, según la cual, se confronta una selección de casos y los antecedentes empíricos del proyecto. Se ha utilizado especialmente en el estudio de casos clínicos, de comportamiento humano y de enfermedades.

2) Etnometodología

Su primer valedor fue Harold Garfinkel, también en 1967.

Recordemos que es a partir de la década de los sesenta cuando se retoma el estudio de la metodología cualitativa. De ahí el *boom* de sus escuelas.

El primer método utilizado por esta escuela fue el análisis de las conversaciones para estudiar los mecanismos que las estructuran y las diferentes formas de interacción de los actores implicados. Por ejemplo, las charlas cuando se come, los chismes y rumores, las asesorías y evaluaciones, etc. Con el tiempo, el análisis de las conversaciones se erige como un área aparte. Esta escuela dio paso a una gran variedad de estudios relacionados con el análisis del discurso y del género. Algunos de los métodos de recolección de datos son la grabación de las conversaciones sin la intervención de un entrevistador.

3) Análisis narrativo e investigación biográfica

Tiene que ver con una manera específica de recolectar y difundir los datos sobre la vida de una persona y sus experiencias respecto a situaciones de crisis, de conflicto, o cualquiera que afecte el transcurso de su experiencia personal. Por ejemplo, la inmigración, el desempleo, las enfermedades graves, las víctimas de terrorismo, etc. Es una escuela que ha trabajado especialmente la sociología y la educación.

4) Hermenéutica objetiva y sociología hermenéutica del conocimiento

Creada gracias al trabajo de Ulrich Oevermann, cuyo objetivo es analizar el objeto de estudio como un texto. Deriva del trabajo iniciado en 1968 por Oevermann, Krappman y Kreppner, que se inició con el estudio de la importancia de los elaborados y restrictivos códigos del lenguaje en las escuelas. La investigación se desarrolló desde el ámbito cuantitativo, pero los autores no quedaron satisfechos con sus resultados y, hacia 1970, iniciaron su trabajo por medio de la metodología cualitativa. De otro lado, la sociología hermenéutica del conocimiento se refiere a un concepto complejo resultado del trabajo de Hans-Georg Soeffner. Es el resultado de una respuesta crítica a los aspectos "metafísicos" de la hermenéutica objetiva.

5) Fenomenología y análisis de "los pequeños mundos"

Se centra en estudiar la manera en que se construyen los significados, se comparten y cómo se desarrollan los procesos de comprensión de dichos significados en grupos sociales reducidos. Por ejemplo, ha sido útil para estudiar centros de deporte, grupos de expertos en torno a un saber determinado, etc.

Lectura recomendada

Flick, Uwe y otros (eds.). "Objective Hermeneutics and Hermeneutic Sociology of Knowledge". En: *Companion to Qualitative Research*. Londres: Sage.

6) Etnografía

La investigación etnográfica se nota con fuerza a partir de finales de la década de los setenta y comienzos de los ochenta. El principal método de trabajo es la observación participante, uno de sus mayores aportes. De hecho, la etnografía intenta comprender los procesos sociales participando, mediante la observación, en su desarrollo. Es flexible en cuanto al uso de los métodos que incluyen no solo la observación, sino el uso de entrevistas informales y el análisis de documentos, entre otros. A mediados de los ochenta, el interés se centra en la narración de aquello que se observa.

7) Estudios culturales

Esta corriente teórica tiene como objeto de estudio la cultura y sus diferentes manifestaciones, entre ellas, los medios de comunicación, las subculturas y las relaciones de poder en diferentes contextos. Nace en Gran Bretaña, en la década de los sesenta del siglo pasado, con una fuerte carga política debida a la presencia de investigadores que se identificaban con el neomarxismo y la llamada "nueva izquierda".

8) Los estudios de género

Sin duda, esta corriente es una de la que más ha aportado a la metodología cualitativa. Su preocupación por mostrar la imagen que se tiene de la mujer, las desigualdades entre unos y otros, y aspectos como la transexualidad, son su foco de atención.

Esta clasificación de Uwe Flick también se relaciona con la evolución de los diferentes métodos utilizados, como se ha dicho, especialmente por la educación y la sociología, y que van ligados con la evolución tecnológica. Es decir, se comienza anotando y se pasa a las grabaciones y al vídeo. En la actualidad, la irrupción de las TIC en la aplicación de los métodos aporta un ingrediente adicional: el análisis informático de los datos. Incluso, para el análisis textual, el área más desarrollada en este sentido. El uso de programas como el ATLAS/ti, NUDIST, WINMAX y otros son solo un ejemplo del amplio desarrollo al que están llegando los métodos cualitativos.

Para Flick (2007: 41), a pesar de que existen diferentes perspectivas teóricas para abordar una investigación cualitativa, todas tienen en común ciertos rasgos pero se analizan según el abordaje teórico elegido:

- **La comprensión como principio epistemológico.** Se trata de comprender la visión que tienen de un fenómeno social una serie de sujetos.
- **Partir de la reconstrucción de casos.** Antes de establecer comparaciones, las diferentes perspectivas teóricas utilizan el análisis de un caso individual para continuar con diferentes estudios de caso.

- **La construcción de la realidad como base.** La investigación cualitativa estudia la realidad social como una construcción de diferentes actores. Elegir a uno de ellos como determinante y, por ello, tomar la decisión de estudiarlo depende de la tradición teórica en que se apoya la investigación.
- **El texto como material empírico.** A partir de los textos elaborados en detalle sobre el caso que se analiza, se realizan los análisis sobre la realidad observada.

A pesar de que la tradición de la metodología cualitativa la vincula a unas áreas del conocimiento determinadas, la investigación social es amplia y poco a poco ha ido ganando espacio. Disciplinas como la publicidad, el marketing, las relaciones públicas y el turismo, también hacen uso de las metodologías cualitativas que les llevan a conocer más de cerca y en detalle las diversas inquietudes de los investigadores en estos ámbitos.

Ejemplos

Cuando se realiza una investigación de mercados que pretende que un museo inicie un nuevo servicio de atención al público. O cuando se evalúa una exposición. El hecho de utilizar grupos focales, entrevistas, etc. son ejemplos de usos de los métodos cualitativos que han contribuido a conocer de cerca a la población para la que se está trabajando, y así, compatibilizar la misión de la institución, los objetivos y los recursos invertidos.

La investigación cualitativa no solo requiere un conocimiento adecuado de los métodos. Varios autores (Corbin, 2008; Vasilachis, 2006) recomiendan mantener la actitud crítica frente a los datos de tal forma que se pueda obtener la información más fiable posible. Vasilachis (2006) sugiere que el investigador cualitativo tenga sensibilidad social y teórica, que sepa mantener la distancia analítica y que posea un gran poder de observación. La autora destaca que un investigador cualitativo debe ser flexible en el manejo de su tiempo, para poder regresar al campo una y otra vez, si es necesario, con el propósito de afinar la pregunta de investigación, la recolección de datos, revisar el método elegido, y otras cuestiones que puedan surgir a medida que avanza la investigación.

El investigador cualitativo tiene, entonces, un compromiso que va mucho más allá de seguir unos pasos de manera mecánica. La dificultad que representa la aplicación y el análisis de los métodos cualitativos requieren que la persona esté convencida de su tarea y que sea consciente de que su trabajo, quizás, supere los horarios laborales.

Además del compromiso, Flick, Corbin y Strauss resaltan que la investigación social requiere sobre todo de una actitud abierta. No es solamente la aplicación de determinadas herramientas de recolección de datos. Para ello debe haber una primacía del problema sobre el método y no una obsesión en la aplicabilidad de las técnicas. La curiosidad, la flexibilidad, la creatividad y la valentía a la hora de abordar el objeto de estudio no se enseñan, sino forman parte del ser investigador de cada uno.

A estas características de personalidad, que son innatas en un investigador, o que se adquieren con la experiencia, se agregan las cuatro "sensibilidades" enunciadas por Silverman que deben tenerse en cuenta cuando se adopta la metodología cualitativa como camino de investigación:

1) Sensibilidad histórica. Los objetos estudiados tienen un recorrido histórico que ha marcado su evolución. Cuando alguien se acerca a un objeto debe tener en cuenta el recorrido histórico que éste tiene. No puede eludirse en su análisis.

2) Sensibilidad cultural. Silverman señala que la sensibilidad cultural es un antídoto a los impulsos "románticos". Tener esta sensibilidad, a la hora de investigar un fenómeno u objeto, nos hace caer en cuenta que ellos se han formado dentro de un sistema de representación y, por tanto, es necesario conocer los antecedentes culturales.

3) Sensibilidad política. De la misma manera que existe una historia y un sistema cultural detrás de lo que se quiere investigar, también existe un entorno político. La investigación cualitativa es una herramienta que puede llegar a explicar la influencia de la política en los problemas sociales.

4) Sensibilidad contextual. Silverman reconoce dos aspectos: el primero es el hecho de que instituciones como la familia, la comunidad científica, etc. tomen un significado diferente según el contexto, y, el segundo, tiene que ver con la construcción social de los miembros de una sociedad, y que debe llevar al investigador social a fijarse bien en el contexto en el que se desarrolla su investigación.

Vasilachis destaca, además, la necesidad de que el investigador tenga la suficiente sensibilidad social para aceptar las diferentes circunstancias que surjan a lo largo de toda la investigación.

4. El diseño de una investigación cualitativa

Diseñar una investigación representa un trabajo previo de planificación que es dispendioso pero necesario. Existe acuerdo en la necesidad de manejar un diseño flexible y abierto, que permita introducir los cambios necesarios a medida que marcha la investigación.

Esta actitud tiene que ver con la propia sensibilidad del investigador de la que hablaba Silverman y que es la que, en ocasiones, puedan salvar y/o desencallar un estudio que se ha quedado atorado por diferentes motivos.

A pesar de que existen autores que distinguen entre la propuesta (conceptualización) y el diseño de la investigación (aspectos metodológicos), en la actualidad existe un acuerdo sobre la necesidad de que el diseño de investigación incluya tanto los aspectos conceptuales como los metodológicos, a fin de tener una herramienta de trabajo lo más fundamentada posible.

Existe una gran variedad de propuestas para diseñar una investigación que, con variantes, recogen los mismos componentes aunque cambien las relaciones entre ellos. A continuación veremos algunas propuestas para diseñar una investigación, con similitudes y algunas variantes, pero que ofrecen alternativas a los investigadores según sus necesidades.

4.1. El modelo de la teoría fundamentada

La teoría fundamentada, también conocida como *grounded theory*, prioriza los datos sobre la teoría. Al contrario de lo que defienden otras corrientes, en la teoría fundamentada se intenta que el investigador deje de lado sus conocimientos previos al considerar que estos interfieren en su visión del sujeto o fenómeno estudiado. Esta renuncia a los conocimientos y la experiencia previa para otros, más que difícil, es prácticamente imposible de adoptar pues, precisamente, los conocimientos anteriores nutren cada proceso y la manera de asumirlo.

El modelo de la teoría fundamentada desarrolla el proceso de investigación teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- **Muestreo teórico.** Para definir la muestra.
- **Codificación teórica.** Para interpretar los textos.
- **Escritura teórica**

Flick (2007) señala que este modelo se centra en la interpretación de los datos, concediéndole menos interés a la manera en que se obtienen. A pesar de las debilidades que Flick ve en el modelo de proceso de investigación de la teoría

Ved también

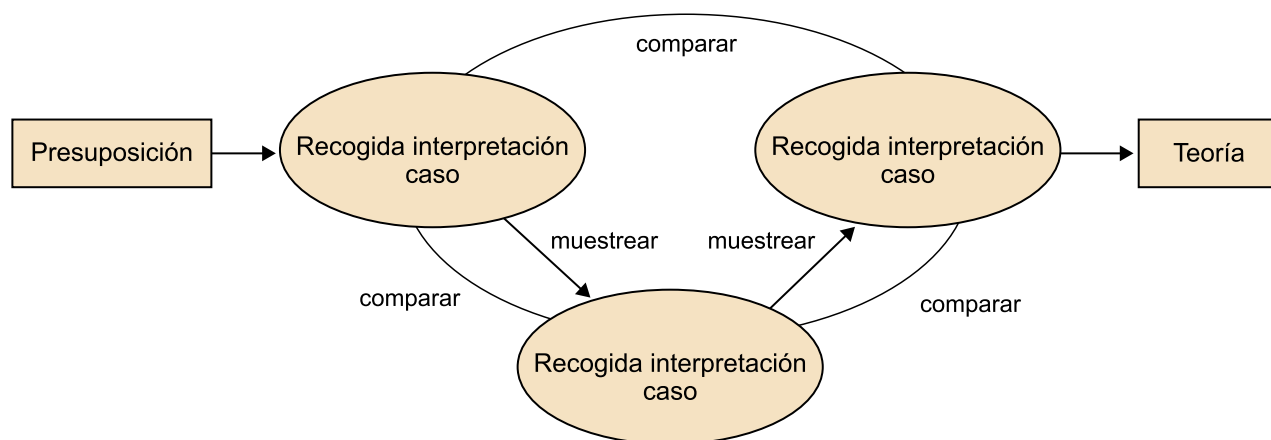
Apartado 3, "Principales escuelas, teoría fundamentada en datos"

fundamentada, rescata el hecho de que varios aspectos de él, como el muestreo teórico, han protagonizado debates y se han utilizado en otros modelos metodológicos.

El modelo de la teoría fundamentada promueve el uso simultáneo de sus componentes; por esta razón, la circularidad que eso significa es uno de sus puntos fuertes.

Para Flick, la circularidad promueve la reflexión constante del investigador sobre los procesos de la investigación enriqueciendo el resultado final en el cual emerge la teoría.

Modelo circular del proceso de la investigación



Fuente: Flick (2007)

4.2. El modelo interactivo

Joseph Alex Maxwell planteó en 1996 su modelo interactivo, que ha ido revisando y variando con el paso del tiempo. Se trata de un modelo abierto, flexible e interconectado que tiene cinco componentes principales:

1) Propósitos u objetivos

- ¿Por qué y para qué se realiza el estudio?
- ¿Qué hace que valga la pena realizarlo?
- ¿Por dónde quiere orientar la investigación?
- ¿Qué prácticas, políticas o teorías quiere tomar como guía?

Maxwell describe la importancia de tener claros cinco objetivos, que denomina intelectuales, y tres prácticos. Los intelectuales son *comprender al participante* del estudio y entender no solo el hecho físico o de comportamiento que se esté analizando, sino también cómo el participante siente que forma parte del proceso. El segundo objetivo intelectual es *comprender el contexto* en el que se desenvuelve la investigación. En tercer lugar, Maxwell señala el hecho

de *identificar* qué fenómenos o situaciones inesperadas pueden aparecer en el desarrollo de la investigación. *Comprender el proceso* que sigue la investigación y desarrollar una *explicación causal* de la investigación.

Respecto a los objetivos prácticos, Maxwell señala tres: generar resultados lo suficientemente sustentados, intentar realizar una **evaluación formativa** sobre el proceso, y, finalmente, establecer acuerdos de colaboración con los investigadores participantes para futuros estudios.

Mendizábal (2006) denomina a los objetivos *propósitos* y señala la importancia de tener claro cuáles son: personales, teóricos o descriptivos, si surgen de una iniciativa externa, etc. Su planteamiento se resume en la siguiente tabla:

El propósito de la investigación

Propósito (objetivo)	Necesidad
Descriptivo	Descripción densa
Teórico	Contribuir al área de conocimiento
Político	Responder al problema que se investiga Obtener recomendaciones para implementar políticas
Personales	Del propio desarrollo profesional
Externos	Solicitados por una institución

Elaboración propia basada en Mendizábal, 2006

En cualquier caso, los objetivos deberán ser claros y concisos para tener claro cuál es el propósito del estudio, es decir, saber qué queremos conseguir y cuál es el camino a seguir.

2) Marco conceptual

El marco conceptual no debe recoger, solamente, una revisión de la literatura que se ha escrito sobre el tema. Es decir, a la revisión bibliográfica tradicional se debe agregar un cuerpo teórico en construcción que tradicionalmente no se tiene en cuenta: tesis en curso, anteriores investigaciones, investigaciones no publicadas, revisiones de colegas... y diferente material que contribuye a ampliar la visión teórica sobre el objeto de estudio en concreto y no solo del área de conocimiento en el que este se encuentra. Cabe fijarse en que, en este punto, se contrapone a la propuesta de la teoría fundamentada.

Establecer un marco conceptual en el que solo se incluya la literatura publicada puede conducir a que el investigador piense que su tarea es únicamente descriptiva, y se queden por el camino las preguntas y problemas que había querido investigar. Es aquí donde es conveniente tener una mirada más amplia respecto a la revisión bibliográfica.

Dentro del marco conceptual, se deben ubicar las carencias que se han encontrado, las reflexiones propias y todo aquello que conforma el cuerpo teórico que soporta la investigación. Para Maxwell, la mejor manera de construir el marco conceptual es tener en cuenta que la bibliografía encontrada es una guía y no una autoridad irrefutable.

Esta propuesta es una invitación a que el investigador deje de lado los miedos a expresar sus ideas dentro del marco conceptual y las incluya dentro de un apartado que debe ir más allá de recoger el trabajo de otros colegas. Para algunos, esta experiencia y conocimiento previo se podría llamar *subjetividad*.

Nota

Hay que recordar que Maxwell destaca cuatro puntos para construir el marco conceptual: la propia experiencia y conocimiento del investigador; la teoría e investigación ya existente; los estudios piloto y las propuestas teóricas previas del investigador; y, finalmente, las apuestas y reflexiones que el investigador tiene en mente y que son las que le han impulsado a enfrentar la investigación.

3) Preguntas de investigación

Una vez elaborado el marco conceptual, se pasa a la fase de las preguntas de investigación. Ya se ha elaborado un cuerpo teórico que ha ayudado a confirmar las preguntas e inquietudes que se tienen desde el inicio. También, y lógicamente, han surgido otras preguntas que formarán parte de ese grupo de cuestionamientos que se deberán desarrollar durante la investigación.

- ¿Qué se quiere saber?
- ¿Cómo se relacionan las diferentes preguntas que surgen?
- ¿Qué necesito aprender para llegar al objeto de estudio?
- ¿Qué me puede conducir a comprender ese problema que se está planteando?

Berg (2007) insiste en la importancia de esta etapa y afirma que el rumbo de la investigación, en gran medida, depende de las preguntas que se plantean. Una investigación puede nacer de una idea, pero es necesario desarrollarla. Por eso, es después de elaborar el marco conceptual cuando esa idea toma forma y ya se puede pasar a elaborar formalmente las preguntas de investigación.

Es posible que muchas preguntas hayan surgido luego de esa primera idea de lo que se quiere investigar. De hecho, puede partir de una pregunta. Veamos un ejemplo que plantea Berg (2007: 34-35):

Ejemplo

- **Idea original de investigación.** ¿Cuál es la relación entre la universidad y el consumo de alcohol en los hombres estadounidenses?
Una vez se tiene la idea, se pasa a la revisión teórica, a la reflexión de los propios antecedentes de investigación, para luego formular el problema.
- **Planteamiento del problema (objetivo).** Esta investigación propone estudiar los comportamientos relacionados con la ingesta de alcohol, en los hombres estadounidenses en edad universitaria.
- **Preguntas de investigación.** Berg proporciona algunos ejemplos, pero no quiere decir que sean únicamente las siguientes:
 - ¿Cuáles son algunos de los comportamientos normativos cuando consumen alcohol los jóvenes adultos norteamericanos?
 - ¿Cómo manejan la abstinencia los jóvenes adultos norteamericanos cuando se encuentran en alguna situación social en la que el alcohol está presente?

- ¿Cómo definen los jóvenes adultos norteamericanos las conductas adecuadas cuando beben?
- ¿Cómo definen los jóvenes adultos norteamericanos el alcoholismo?

Como se ve en el ejemplo de las preguntas de investigación de Berg, se debe clarificar siempre el objeto de estudio aunque parezca reiterativo. El autor insiste en el hecho de que estas preguntas son el resultado de la revisión teórica, y de las propias intuiciones y reflexiones del investigador. Las preguntas de investigación se transforman en las hipótesis que se manejarán en el estudio.

4) Métodos

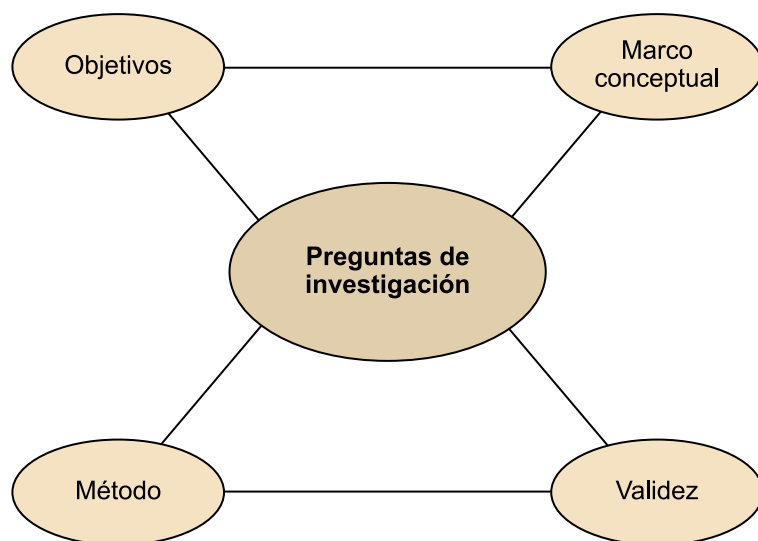
En esta fase, el investigador debe elegir los métodos que utilizará para resolver las preguntas que ha formulado, es decir, para desarrollar la investigación. Esta elección debe ser absolutamente justificada, pues de ella depende el desarrollo y éxito o no, de la investigación. Implica tener claridad sobre cómo se puede llegar a contestar las preguntas de investigación. Además, es necesario tener en cuenta la infraestructura que cada método necesita, el equipo que debe participar en su aplicación, el costo, etc. En otras palabras, se debe medir el alcance de la elección del método.

5) Validez

En este punto, Maxwell añade que se han de tener en cuenta varios factores como el tipo de amenazas que puede tener la investigación (de tiempo, económicas, de personal, pero también conceptuales, de fallas en el diseño, etc.) y cómo solucionarlas. Si los hallazgos han cambiado las primeras ideas, etc.

Maxwell ilustra el modelo de la siguiente forma en los que se ve la relación entre los cinco componentes del diseño de la investigación cualitativa:

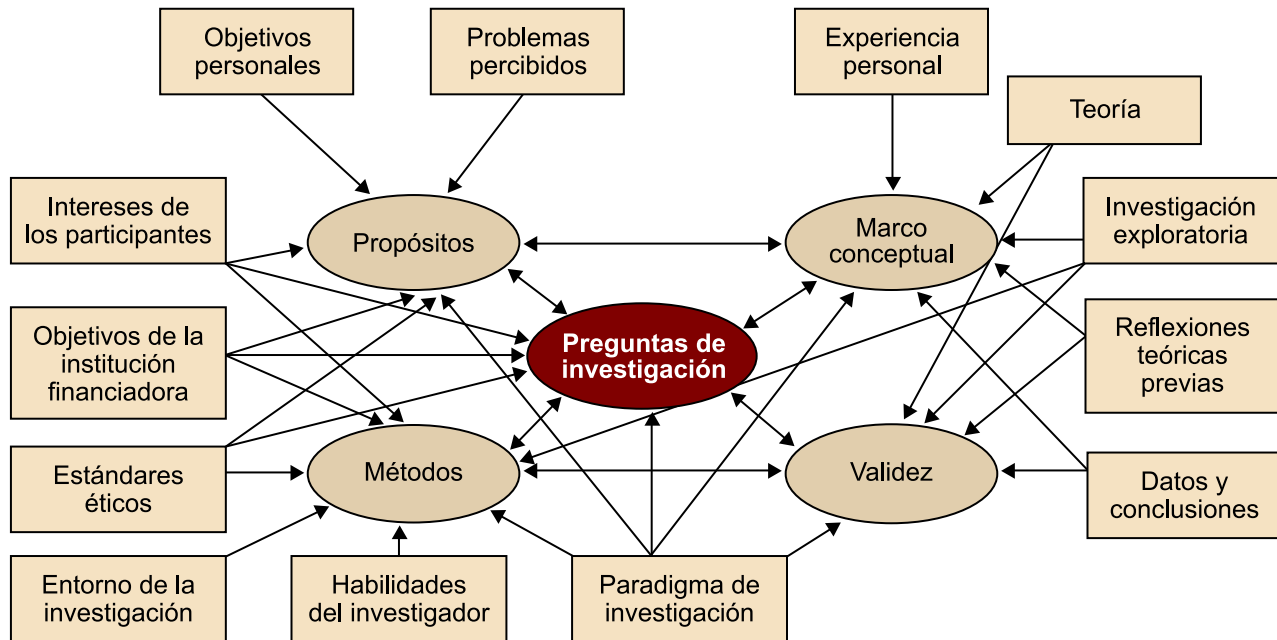
Modelo interactivo de diseño de investigación cualitativa



Fuente: Maxwell (1996)

El modelo fue evolucionando y, en el 2003, Maxwell y Loomis publican un artículo en el que revisan el modelo y agregan los factores de contexto que pueden influir en el diseño de la investigación:

Factores de contexto que influyen en el diseño de la investigación



Fuente: Maxwell y Loomis (2003: 247)

Los autores resaltan el hecho de que existen factores que, aunque no forman parte de la investigación, deben tenerse en cuenta como posibles influencias al diseñarla. Tal y como se aprecia en la imagen, algunos de los factores pueden ser: las fuentes y recursos disponibles, las habilidades del investigador, la percepción que se pueda tener de la existencia de problemas conceptuales y prácticos, las cuestiones éticas, las preocupaciones y respuestas de los participantes, y, por supuesto la toma de datos.

En el modelo interactivo, se defiende el hecho de que los cinco componentes principales son los ya mencionados: objetivos (propósitos), preguntas de investigación, marco conceptual, método y validez, y a su alrededor se mueven los demás elementos.

4.3. La propuesta de Janesick

Valerie Janesick inicia su propuesta de diseño de investigación por medio de una pregunta que considera clave: ¿qué quiero saber realizando el estudio? Esta pregunta, que puede parecer obvia, resulta en ocasiones difícil de contestar o, por lo menos, de responder con total claridad y concreción.

La propuesta de Janesick indica que un investigador debe resolver ciertas preguntas (preguntas de investigación) antes de diseñar su proyecto: ¿qué se ha estudiado sobre el objeto de estudio?, ¿bajo qué circunstancias?, ¿durante cuán-

to tiempo?, ¿con quién? De esta manera, el diseño de una investigación para Janesick debe responder a lo que llama período de calentamiento o de toma de decisiones antes de comenzar el estudio:

- 1) Preguntas que guían la investigación (preguntas de investigación).
- 2) Selección del lugar y los participantes.
- 3) Acceso al lugar elegido y puesta en común de acuerdo con los participantes.
- 4) Calendario del estudio.
- 5) Selección de la aproximación teórica. Entre otras, menciona las siguientes: etnografía, tradición oral, etnometodología, historiografía, interaccionismo simbólico, etc.
- 6) Lugar que ocupa la teoría en el estudio.
- 7) Identificación de las tendencias e ideología del investigador.
- 8) Aspectos éticos de la investigación.

Respecto a los dos últimos puntos, la propuesta subraya que los investigadores cualitativos aceptan el hecho de que el estudio tiene una orientación ideológica proveniente de su experiencia, de su formación, de su historia personal y profesional, y de otros factores que influyen en el punto de vista de una persona. Sin embargo, antes de que comience el estudio es necesario que las cuestiones y dilemas éticos se solucionen.

Además, se deben tener en cuenta ciertas características inherentes al diseño de la investigación cualitativa:

- Es holístico.
- Mira las relaciones de un sistema o de la cultura.
- Se refiere a la relación cara a cara e inmediata.
- Busca comprender el entorno social.
- Reclama que el investigador permanezca dentro del entorno establecido.
- Reclama el mismo tiempo para el análisis de datos que el empleado en el trabajo de campo.

- Pide que el investigador desarrolle un modelo sobre aquel entorno social que investiga.
- Requiere que el investigador se convierta en un instrumento de investigación. Es decir, que el investigador tenga la habilidad para observar y realizar las entrevistas que requiera su investigación.
- Incorpora las decisiones consensuadas y es abierto a los planteamientos éticos que surjan.
- Incluye una descripción del papel de los investigadores y una descripción de sus tendencias y preferencias ideológicas.
- Los análisis de datos se deben ir actualizando.

Además de las decisiones que deben tomarse en la fase previa del diseño, Janesick también tiene en cuenta las situaciones que se presentan durante el desarrollo de la investigación. El hecho de utilizar determinadas técnicas no es suficiente para la investigación cualitativa. Es importante la interpretación que se haga de las creencias y comportamientos de los participantes. Los hallazgos del investigador deben buscar las perspectivas de los participantes, los puntos de tensión y de conflicto que se presentan.

Para la fase final del estudio, se ha de saber cuándo se acaba el trabajo de campo, y cuándo se comienza el análisis de datos. Al final del estudio, se recomienda la realización de un proceso de triangulación.

Cabe recordar que el investigador cualitativo realiza el análisis a partir de los datos. Las categorías que utiliza no se establecen de manera previa sino que surgen del trabajo de campo, los documentos estudiados y las entrevistas realizadas. Janesick, que utiliza la metáfora de la danza para hablar del diseño, dice que, al igual que un coreógrafo, el investigador debe encontrar la forma más efectiva de contar la historia, y asegura que la mejor manera de lograrlo es ser fiel a los datos y a los hallazgos que han resultado de la investigación.

Ved también

Apartado 13, "Fundamentar la investigación cualitativa, la triangulación"

5. La población de estudio y la muestra

5.1. Definición de la población y la muestra

Un aspecto muy importante en cualquier trabajo es definir la población de estudio, es decir, determinar quién se va a estudiar. Este aspecto es inherente en el momento de definir los propósitos u objetivos de la investigación. Por lo tanto, la población de análisis se puede definir como el conjunto de individuos que tienen unas características comunes susceptibles de ser estudiadas. Cabe señalar que cuando se hace referencia a "individuos" no necesariamente tienen que ser personas, sino que pueden ser asociaciones, empresas, instituciones, unidades documentales, etc.

En la mayoría de las investigaciones es difícil poder estudiar la población de manera completa y exhaustiva, incluyendo a todos los individuos que forman parte de la población, especialmente cuando hablamos de poblaciones grandes. Por este motivo se pueden utilizar varios métodos que permitirán seleccionar una muestra. La muestra cualitativa se puede definir como un subconjunto de la población elegida que es representativa de la población. En la investigación cualitativa se tiende a emplear muestras pequeñas, puesto que el objetivo no es generalizar sus resultados (inferir los resultados a la población), sino profundizar en el conocimiento del fenómeno a estudiar, es decir, interesa la profundidad de conocimiento en el objeto de estudio y no la extensión de la cantidad de unidades (Mejía, 2000). En este contexto, McClafferty y otros (1996, pág. 2 y ss.) destacan que las muestras pequeñas pueden ser suficientes para hallar un patrón y aseguran que se pueden interpretar con sentido común. Aun así, Yin (2011) advierte que el proceso de muestreo es especialmente delicado, puesto que el principal reto para definir la muestra proviene de la necesidad de conocer los individuos a seleccionar y de justificar por qué, así como el número final de individuos que formarán parte del estudio.

5.2. Criterios y principios a considerar

A la hora de definir una muestra en la investigación cualitativa se deben tener en consideración diversos principios y criterios. Miles y Huberman (1994, pág. 13 y ss.), Morse y Field (1995, pág. 80 y ss.), Flick (2007, págs. 75-86) definen diferentes aspectos que se deberían tener en cuenta al escoger la muestra en una **investigación cualitativa**:

1) **Determinación a priori de la estructura de la muestra.** Tiene que ver con criterios abstractos, porque parten de una idea de la distribución del objeto de estudio.

2) **Recogida completa.** Una vez definido el estudio, se excluyen los casos que no cumplen los criterios a investigar, con lo que ya se acota la posible muestra. Esta estrategia pretende analizar la totalidad de casos que cumplen los requisitos a analizar.

3) **Principio de representación socio estructural:** según Mejía (2000) cada miembro seleccionado representa un nivel diferenciado que ocupa en la estructura social del objeto de la investigación.

4) **Elección de muestra temprana.** Al contrario de Glasser y Strauss, Miles y Huberman consideran que la muestra debe definirse en el estadio más temprano de la investigación. Aconsejan iniciar la búsqueda de casos siguiendo la intuición y la experiencia del investigador, aunque considerando las preguntas de investigación, las limitaciones de la muestra (económicas, geográficas, de acceso, etc.). Cabe recordar que el muestreo cualitativo es más propositivo que aleatorio.

5) **Principio de adecuación.** Los individuos a estudiar deben seleccionarse según los criterios y las preguntas que se hayan definido en el diseño de la investigación. Esto es, elegir aquellos individuos que pueden proporcionar la mejor (más adecuada) información para nuestro proyecto. Morse y Field recuerdan que los datos cualitativos deben manejarse con cuidado, de ahí que sea mejor utilizar una muestra pequeña pero bien trabajada. Es decir, que sea efectiva y eficiente teniendo en cuenta los costos que se destinan a la investigación y que se suelen restringir.

6) **Principio de suficiencia.** El segundo principio de Morse y Field es el de suficiencia: saber en qué punto se alcanza la cantidad suficiente de individuos a estudiar para tener una buena comprensión del fenómeno que se estudia. Las autoras recomiendan tener en cuenta el criterio de "saturación teórica" de Glasser y Strauss, según el cual, se dejan de buscar individuos cuando ya no se encuentran datos que contribuyan a aclarar el problema de investigación. En este momento se considerará que se ha llegado a su punto de saturación. Según Bertaux (1993), el punto de saturación se puede lograr a partir de los treinta casos, de forma que de uno a diez casos existe una elevada variedad de los aspectos objeto de estudio; de once a quince casos se empiezan a entender las pautas estructurales y se inicia el proceso de saturación; de dieciséis a veinticinco casos se dispone de un relato y se confirman las pautas establecidas, añadiendo solo pequeñas variaciones, y, finalmente, de veintiséis a treinta casos se reduda en las pautas y se logra el nivel de saturación (Mejía, 2000, pág. 172). Cuando el investigador no puede llegar a un acuerdo sobre cómo acotar la muestra, se utiliza una muestra secundaria. Pero también debe ser consciente de que no se pueden estudiar la totalidad de individuos de un fenómeno, a menos que este sea suficientemente minoritario y el tiempo, presupuesto y equipo de la investigación lo permitan.

7) **Selección secundaria.** Si el investigador detecta que le faltan elementos para completar la muestra, tiene la alternativa de convocar voluntarios que participen en la investigación, mediante una entrevista que debe liderar el investigador principal. Si alguna de las entrevistas no aporta ningún elemento a la investigación, no se analiza. Sin embargo, no se descarta, sino que se guarda como parte del proceso. El investigador debe aclarar en el informe la situación que se presentó. Todos estos principios y criterios tienen como denominador común la importancia del rigos. La aplicación de los criterios y principios debe estar fundamentada.

En la investigación cualitativa existen varios métodos que permiten elegir las unidades que formarán parte de la muestra. Tal y como se puede deducir del apartado anterior, los métodos de muestreo utilizados en la investigación cualitativa no promueven la aleatoriedad de las unidades que constituirán la muestra. Así pues, los métodos de muestreo que se emplean son los llamados *métodos no probabilísticos*, de los cuales destacan tres por ser los más comúnmente utilizados (Mejía, 2000; Veal, 2011):

1) **Muestreo por conveniencia.** Las unidades que formarán parte de la muestra (individuos, organizaciones, etc.) se seleccionan de manera arbitraria y se escogen por la facilidad de acceso del investigador. Por ejemplo, los amigos, los compañeros de trabajo, los visitantes de un recurso turístico específico, etc. Aunque se trate de un método que presenta importantes limitaciones debido a su arbitrariedad, se utiliza a menudo en estudios exploratorios.

2) **Muestreo por criterio.** Los individuos que forman parte de esta muestra se eligen a partir de criterios conceptuales según los principios de representatividad estructural, de forma que las variables que definen la estructura de la muestra se han establecido teóricamente por el investigador. Por ejemplo, individuos que forman parte de un grupo de edad. Así pues, primero hay que definir los criterios teóricos y, después, escoger las unidades de análisis teniendo en cuenta estos criterios.

3) **Muestreo por bola de nieve.** Esta técnica se utiliza cuando no se conocen los individuos que forman parte de una población o los individuos que son relevantes para estudiar un caso específico. Su funcionamiento consiste en añadir nuevos individuos a la muestra, a medida que estos son mencionados por otros informantes durante la recogida de datos.

6. Los métodos de recolección de datos

Seleccionar las técnicas de recolección de información más adecuadas al proyecto es también una virtud y un arte. La decisión implica diferentes factores de coherencia conceptual, de utilidad, de preparación de los miembros del grupo investigador, de recursos económicos, de infraestructura y otros que puedan surgir cuando se planifica el estudio.

Pons (1993) destaca que es necesario analizar dichos métodos teniendo en cuenta su rigor y precisión, las características del objeto de estudio, cómo ese método se adapta a sus características, y, finalmente, la factibilidad, que tiene que ver, entre otras, con la preparación de los investigadores y los recursos que se tienen para desarrollar el estudio. Adicionalmente, es necesario tener en cuenta las fuentes, su fiabilidad y accesibilidad, y el tiempo que se va a emplear.

Los métodos más usuales en la investigación cualitativa para recoger información son cuatro:

- 1) La observación
- 2) El análisis textual y documental
- 3) La entrevista
- 4) La transcripción

Recordemos que muchos investigadores (Silverman, Flick, Taylor y Bogdan) señalan la riqueza de combinar estos cuatro métodos. Además de ser bastante usuales en la investigación social, también los utilizan los investigadores cuantitativos. Veamos una tabla de Silverman al respecto:

Diferentes usos de los cuatro métodos

Método	Metodología	
	Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa
Observación	Trabajo preliminar, antes de elaborar el cuestionario	Fundamental para comprender otra cultura
Análisis textual	Análisis de contenido en términos de categorías de los investigadores	Comprensión de las categorías analizadas
Entrevista	Encuesta. Selección múltiple para grandes muestras	Preguntas abiertas para muestras pequeñas
Transcripción	Usado con poca frecuencia	Usado para entender cómo los participantes organizan sus respuestas

Fuente: Silverman (1994, pág. 9)

Más que un aspecto restrictivo, Silverman señala que la importancia del método es entender que son técnicas cuyo significado depende de cómo son usadas y en el marco de qué metodología se desarrollan. Por ejemplo, la observación en la metodología cuantitativa es poco frecuente debido a la dificultad de observar muestras muy grandes, que es lo que más le interesa a los cuantitativos.

Por otra parte, cuestionan la fiabilidad de la información que proporciona esta técnica. Por eso, la observación se usa en fases exploratorias y preliminares de la investigación cuantitativa. Por el contrario, la observación es una de las técnicas más utilizadas en la investigación cualitativa, especialmente en la antropología.

El caso del análisis textual es similar. Para la investigación cuantitativa, el análisis de los textos es útil en la medida que genera evidencias confiables sobre muestras considerables. En el grupo del análisis textual, es el análisis de contenido el más utilizado por los cuantitativos.

En la investigación cualitativa se analizan textos sin importar la cantidad. La muestra puede ser pequeña y se le da mayor importancia al propósito del análisis. Por ejemplo, se eligen categorías y se analiza cómo actúan en diferentes entornos y/o actividades.

Las entrevistas se utilizan tanto en la investigación cuantitativa como en la cualitativa. En la investigación cuantitativa la técnica más común es la de la encuesta a muestras grandes, al azar, y con preferencia por las preguntas cerradas por su mayor facilidad de tabulación y análisis. En la investigación cualitativa, tal y como hemos visto, la muestra puede ser pequeña y los métodos más utilizados son la entrevista semiestructurada y los grupos focales.

El cuarto método descrito por Silverman es la transcripción de datos, ya sea de entrevistas grabadas o vídeo. Su uso es bastante raro en la investigación cuantitativa, como dice Silverman, quizás porque se asume su dificultad de cuantificación. Para la investigación cualitativa es una técnica que sirve, especialmente, cuando se requiere confrontar las notas del investigador. Es útil cuando se trata de un material extenso, detallado y en el que se quieren comprobar datos que se le han escapado al investigador, pero que aparecen en las grabaciones.

A continuación, se analizará cada una de estas técnicas de manera individual.

6.1. La observación

El investigador social busca ver aquello que estudia en su contexto. De ahí que su principal tarea sea la observación, la cual orienta de dos maneras. La primera es la observación no participante o simplemente, observación, cuando el investigador permanece ajeno a cualquier contacto con lo observado y se mantiene como mero observador.

La segunda forma es la observación participante, una de las técnicas por excelencia de la investigación cualitativa. Se llama "participante" porque existe la posibilidad de que el investigador interactúe con el fenómeno o sujetos observados.

La observación participante ha sido indispensable en la labor de los antropólogos cuando realizan trabajo de campo en comunidades indígenas, campesinas, etc. Muchos antropólogos realizan un trabajo de inmersión y deciden quedarse a convivir con los grupos que investigan. De hecho, es un método que se utiliza desde hace años. Los primeros exploradores de finales del siglo XIX ya conservaban cuadernos de campo en los que narraban las características de los indígenas a los que habían encontrado y en los que explicaban los ritos que seguían, la jerarquía, la dieta que seguían, etc.

Para la sociología, la observación participante también ha sido una técnica especialmente rica. Ya en los años treinta, la Escuela de Chicago utilizó esta técnica para investigar la vida urbana, su desarrollo y la manera de moverse y relacionarse de los diferentes grupos sociales (trabajo de Park y Burgess), y las relaciones étnicas, el trabajo, las ocupaciones y los roles sociales (trabajo de Everett Huges).

La observación es una de las bases de la etnografía, pero diferentes disciplinas la han adoptado como una técnica que proporciona mucha información.

En el caso concreto de los estudios de visitantes de instituciones culturales y la evaluación de actividades y exposiciones, la observación se utiliza desde los años veinte y treinta del siglo XX. Sirve para observar, describir, cuantificar y analizar el comportamiento del público durante la visita. Según Pérez Santos (2000: 74), las técnicas de observación son útiles para determinar los flujos de circulación, analizar los índices de atención de los visitantes a los diferentes elementos expositivos, determinar el orden y tiempo de los recorridos, y establecer el patrón de comportamiento de la visita.

La observación puede ser **encubierta** (*noncued testing*) o **participante** (*cued testing*).

Flick señala que hay que tener en cuenta lo siguiente:

1) Observación encubierta frente a observación descubierta

Este es uno de los dilemas de los investigadores que siguen esta técnica, y es el hecho de descubrirse ante los observados. Para muchos, es una cuestión ética el anunciarle a una persona que está siendo observada, mientras que para otros, descubrirse frente a un observado le resta espontaneidad y naturalidad en su comportamiento.

2) Observación participante frente a no participante

¿Qué es lo más adecuado? En la misma línea del punto anterior, algunos investigadores cuestionan el hecho de formar parte de la actividad que se está estudiando. Sin embargo, según el contexto que se esté analizando, la participación del investigador puede ser necesaria.

3) Observación sistemática frente a la no sistemática

Tiene que ver con la decisión de establecer un estándar, un esquema para la observación, o realizarla según se va desarrollando la actividad.

4) Observación en situaciones naturales frente a las artificiales

Algunos investigadores consideran necesario "trasladar" el fenómeno que se analiza al laboratorio para poder detallar la observación. Para otros, el hecho de sacar la acción que se estudia de su contexto le resta naturalidad, lo que no puede garantizar una información fiable.

5) Observación de sí mismo frente a observación de otros

Funciona como un ejercicio de autoevaluación y de reflexión que puede ayudar al investigador a revisar su trabajo.

La observación participante implica también tener en cuenta los siguientes roles: el participante, el participante que actúa como observador, el observador que actúa como participante, y el observador que no se implica en ningún momento.

Adler y Adler (1994, pág. 380), señalan que las fases de la observación son:

1) Seleccionar el objeto a observar

En esta primera fase, pueden presentarse varias situaciones: el investigador puede estar movido por intereses teóricos en determinado fenómeno, situación o actividad a estudiar.

También existe la situación en la que el observador tiene acceso a cierto entorno y decide estudiarlo. Finalmente, el investigador puede recibir el encargo de analizar cierto objeto.

Ejemplo

En el caso de las exposiciones con la observación no participante, se obtiene información sobre el poder de atracción de una pieza, un texto, etc. y el poder de mantener la atención del visitante (Pérez, 2000). De otra parte, la observación participante en exposiciones se utiliza para probar elementos antes de la inauguración. El observado es avisado del proceso y el observador interactúa con él.

2) Acceder al objeto de investigación

Esta fase tiene que ver con establecer los contactos pertinentes para poder realizar la observación, lo cual puede depender del tipo de motivación del investigador. Es decir, en el caso de que la investigación sea un encargo o que el observador tenga acceso al entorno, no existirán problemas de autorizaciones y/o permisos. Por el contrario, cuando el interés es teórico, probablemente, el investigador deberá realizar gestiones para poder realizar la observación.

3) Formación de investigadores

Si el observador trabaja solo, deberá comenzar inmediatamente a realizar la investigación. Por otra parte, cuando existe un equipo de observadores, es necesario que se realice una formación previa al trabajo de campo.

4) Elección de la manera de recolección de datos

Los datos pueden recogerse en diferentes formatos que el investigador deberá elegir, teniendo en cuenta la manera de vaciar la información y analizarla. Algunos de los formatos más comunes son las grabaciones en vídeo o solo de voz, recolección de información en un formato preestablecido que sigue aspectos que interesa estudiar. También se pueden utilizar mapas cuando se estudian recorridos, por ejemplo, en las exposiciones.

En gestión cultural, una de las instituciones que más utiliza esta técnica son museos en los que sirve, especialmente, para conocer los recorridos de los visitantes, la reacción frente a algún cuadro específico, algún diorama o cualquier otro elemento que le interese analizar a la institución. Algunos de los autores especialistas en este tema –Asensio y Pol (1997), Bitgood (1992), Serrell (1993), Pérez Santos (2000), Prats (1988)– señalan que la observación es una de las técnicas más convenientes para verificar la efectividad de una exposición.

Pérez Santos (2000) señala ciertas medidas para garantizar la fiabilidad de la observación:

- Definir previamente qué tipo de comportamiento se quiere observar y sobre qué aspecto de la exposición.
- Utilizar instrumentos técnicos sencillos a la hora de recolectar la información y tener en cuenta la fugacidad de los comportamientos de un visitante a una exposición.
- Entrenar a los observadores.
- Hacer más sencilla la toma de datos.

A pesar de que la observación es una técnica que proporciona información muy importante a la hora de evaluar el funcionamiento, en nuestro caso, de un producto cultural, el investigador debe ser consciente de que pueden presentarse problemas en su aplicación. Adler y Adler (1994) y Pérez Santos (2000) indican algunos:

1) **Validez.** La observación se realiza, generalmente, en unas condiciones en las que los observadores no tienen más remedio que confiar en sus percepciones. De ahí la necesidad de que estén formados. En ocasiones, es necesario realizar jornadas de entrenamiento.

2) **Problemas técnicos y éticos.** Pérez Santos señala que la observación encubierta (cuando el observado no sabe que lo están estudiando) representa problemas técnicos y éticos. La autora aconseja solucionar estos inconvenientes mediante muestreos de tiempo adecuados, y el control de aquellas variables que diferencian los individuos estudiados como el género, la edad, etc. En cuanto al aspecto ético, se relaciona especialmente cuando se realiza una observación encubierta, pues no avisarle a una persona que está siendo observada puede representar una invasión a su intimidad. En instituciones culturales como los museos, las galerías y otro tipo de equipamientos similares, se avisa a los visitantes que se han instalado cámaras o que habrá alguna persona que se encargará de observarlos, lo que permite salvar este escollo a través de una explicación de la investigación que se está llevando a cabo.

3) **Sesgos de la observación.** Finalmente, Santos apunta que esta técnica de recogida de datos puede presentar una serie de sesgos, por parte de los observadores por ejemplo: las expectativas que hay en la investigación, las presunciones que tiene el investigador antes de realizar el trabajo de campo, los errores de los instrumentos de observación, etc. En investigaciones con muchos recursos, se puede utilizar la doble observación para garantizar los resultados.

Cuando se realizan observaciones, Bitgood (2002) sugiere considerar tres principios básicos, que se interrelacionan y que tienen en cuenta cómo se explica la atención del visitante:

Principio 1. La atención a las exposiciones es selectiva. Los visitantes fijan su atención solo en un objeto a la vez, y el hecho de que se fije en él o no tiene que ver con la cercanía en el recorrido que realiza.

Principio 2. Los visitantes deben estar motivados para fijar su atención en la exposición.

Principio 3. Los recursos para atender a una exposición tienen una capacidad limitada y se van mermando por el esfuerzo físico y mental.

Según Pérez Santos (2000: 73-78), las técnicas de observación más usuales son:

- **Los registros narrativos.** Se utilizan de manera previa a una observación sistemática. El observador registra los comportamientos que considera más importantes.
- **La observación de recorridos.** Esta observación se plasma en un esquema en el que el observador anota el recorrido que hace el visitante y el tiempo que tarda en cada uno de los lugares de la exposición. Hoy en día, se sigue utilizando el esquema de flechas elaborado por Melton en 1935. Generalmente registra el orden de la visita, el tiempo dedicado a cada elemento de la muestra y el tiempo total de la visita. En ocasiones se utilizan vídeos y fotografías, y se ha llegado a desarrollar un software que mide la cantidad de pisadas del recorrido.
- **Mapas conductuales.** Esta técnica consiste en contar el número total de personas en un espacio expositivo en diferentes días y horas. Su valor principal es que reduce el sesgo, pero la información que se obtiene es estadística y necesita complementarse con los comentarios del observador. Implica un menor coste de tiempo y dinero, además de basarse en la conducta actual.
- **Observación en puntos de muestreo.** Se trata de recoger el comportamiento de un grupo de personas. Es más rápido que la observación de recorridos, pero no permite conocer el comportamiento individualizado de los sujetos.
- **Escalas de estimación.** Busca registrar la cantidad de paradas que realiza un visitante y la calidad de las mismas. Se usan escalas numéricas (del 0 al 10) o gráficas.
- **Observación participante.** En esta técnica, el investigador participa del proceso igual que los sujetos estudiados.
- **Observaciones focalizadas.** Se utilizan para evaluar solo una exposición dentro de un museo o un pequeño número de ellas. Es útil tanto para analizar el comportamiento del visitante como para estudiar los fallos de un elemento expositivo. En este último caso, la observación es dirigida.

Taylor y Bogdan (2002) recomiendan no abrumarse con la gran cantidad de información que puede encontrar el investigador en el escenario que está investigando. De ahí la necesidad de acotar la investigación y ajustar las variables que van a observarse.

6.2. La entrevista

La entrevista es un recurso de mucha utilidad en los estudios de visitantes. Según Pérez Santos (2000: 94-96), en los estudios de visitantes se utilizan las entrevistas estructuradas por medio de preguntas cerradas y definidas a priori. Puede decirse que en las ciencias sociales en general, la observación es la técnica reina para recoger datos, pero la entrevista ha ido ganando adeptos y, de hecho, en muchas investigaciones se utiliza para poder llegar de manera más directa al sujeto.

6.2.1. La entrevista estructurada

Se trata de una entrevista con un cuestionario previo que no permite salirse del guión. En ella, el entrevistado tiene que elegir la respuesta de un grupo predeterminado de preguntas leídas por el entrevistador. En esta clasificación es poco frecuente que se combinen preguntas abiertas y cerradas.

El entrevistador debe estar entrenado para poder enfrentar cada entrevista de manera diferente. Los entrevistados reciben la misma serie de preguntas y las deben responder en el mismo orden. Hay poco margen de acción en cuanto a que el entrevistador no puede contrapreguntar.

Fontana y Frey aconsejan tener en cuenta:

- Utilizar una explicación general sobre la investigación y no entrar en detalles.
- No desviarse del cuestionario preestablecido ni en los términos utilizados en él.
- No permitir que la entrevista se vea interrumpida o que otra persona conteste por el entrevistado.
- No sugerir ninguna respuesta ni dar muestras de estar de acuerdo o no con la respuesta del entrevistado. Por ningún motivo se deben dar a conocer las opiniones personales del entrevistador.
- Deben evitarse las interpretaciones de las respuestas y registrarlas tal y como las ha expresado el entrevistado.

En este grupo se encontrarían las entrevistas telefónicas, las que se realizan en los supermercados, puerta a puerta, en parques o equipamientos culturales.

Las entrevistas estructuradas tratan de minimizar los errores que, sin embargo, pueden presentarse por la aplicación indebida, errores en el diseño como el uso de palabras inadecuadas, demasiado técnicas, etc., y/o la poca preparación del entrevistador.

De todas maneras, la entrevista estructurada se ve mediada por el contexto en el que se realiza la entrevista, el ambiente, la interacción con el entrevistador y otros factores que pueden influir en el entrevistado. También se conoce como entrevista estandarizada o encuesta.

Veamos de una manera más específica la encuesta. Como hemos dicho, la mayoría de investigadores cualitativos la consideran como parte del género de las entrevistas. Es un método que se emplea con frecuencia para conocer las características sociodemográficas de los visitantes. También se utiliza en aquellos casos en que se quiere evaluar los efectos de una acción específica (por ejemplo, el uso de algún elemento de una exposición) o cuando se desea obtener datos generales, por ejemplo, conocer el impacto producido en una actividad específica. Aunque parezca sencillo, la elaboración del cuestionario es uno de los aspectos en los que debe tenerse mayor cuidado, así como la formulación del problema a investigar. Las preguntas deben ser cortas, claras y pueden ser abiertas y/o cerradas.

En la aplicación de una encuesta debe considerarse el diseño de la muestra, de tal manera que se elija un número representativo. Se realiza de diferentes formas: mediante un entrevistador, autoadministrada (cuando la rellena el encuestado), por teléfono, por correo o por correo electrónico. Este método de recolección de datos requiere estudios de pilotaje para poder asegurar el funcionamiento de las preguntas. Es necesario tener el tiempo suficiente de preparación y análisis de los datos.

Es importante el diseño del cuestionario en el siguiente sentido:

- Establecer una introducción corta en la que se explica la investigación, su objeto e instituciones participantes. Es muy importante cuando la encuesta es autogestionada, porque no hay posibilidad de que el sujeto solucione sus dudas. Si se hace mediante un entrevistador, este debe ir bien informado para contestar las preguntas de la persona.
- Redactar preguntas cortas, claras, en lenguaje sencillo.
- Según se haya decidido se incluirán preguntas abiertas y/o cerradas (de selección múltiple). Se recomienda utilizar estas últimas porque son más sencillas para codificar y analizar, aunque todo depende del tipo de investigación que esté en curso y la información que se quiera recoger.

- Dividir el cuestionario según el tipo de información.
- El investigador debe ser creativo para encontrar la manera de que el cuestionario sea lo suficientemente corto, para que el entrevistado no se canse y se vaya sin contestarlo en su totalidad. Pero también, para incluir todas las preguntas que requiere. Esto implica un ejercicio de reflexión sobre la importancia de cada una de las preguntas.

Se recomienda tener en cuenta el diseño de la encuesta. Todo entra por los ojos, y un cuestionario no es la excepción. El contacto con el entrevistado es otra de las cuestiones que se debe manejar con cuidado y sutileza.

Ejemplo

El primer bloque suele recoger la información sociodemográfica del entrevistado o encuestado. En un estudio de visitantes de un equipamiento cultural, se incluyen las variables de la visita (con quién va acompañado, a qué hora va, por qué, etc.). De acuerdo a los objetivos de la investigación, se incluyen variables de opinión, de impacto, de recuerdo y otras que el equipo de investigación establece.

6.2.2. La entrevista semiestructurada

Tienen un cuestionario patrón, pero el entrevistador puede plantear preguntas adicionales a medida que se desarrolla la entrevista. Se utilizan para recoger información sociodemográfica, actitudinal, de intereses y preferencias del público y permiten conocer de cerca al usuario. Las entrevistas semiestructuradas se pueden utilizar con los profesionales del equipamiento cultural, o con expertos para tratar información concreta de una exposición.

Fontana y Frey (1994) y Flick (2007) señalan diferentes tipos de esta entrevista:

a) Focalizada. Desarrollada por Merton y Kendall para analizar el papel de los medios de comunicación. Su propósito inicial era establecer los efectos de los medios masivos, sobre todo de la televisión.

Los elementos de la entrevista focalizada son cuatro:

- **La ausencia de dirección:** tiene que ver con la combinación de preguntas abiertas y cerradas, y las diferentes maneras de preguntar.
- **El criterio de especificidad:** tienen el objetivo de que el entrevistado exprese el efecto de un elemento específico de una exposición, una película o cualquier otro producto cultural que se esté estudiando.
- **El criterio de amplitud:** se asegura de que las preguntas de investigación estén reflejadas en el cuestionario que se aplica. Es necesario que el entrevistador tenga claro el objeto de la investigación para que pueda contrapreguntar sobre algún tema de interés en el proyecto. En ese caso, se necesita una persona hábil y suficientemente conocedora del objeto de estudio para realizar la entrevista.

- **La profundidad y el contexto personal del entrevistado influyen en la información que proporciona.** Por ello, es necesario obtener respuestas que vayan más allá de "me gustó" o "me desagradó".

Ejemplo de preguntas de la entrevista focalizada

- ¿Qué te ha impresionado más en esta película?
- ¿Cómo te sentiste en la parte que describe cuando licencian a Jo del ejército y lo califican como psiconeurótico?
- Juzgando a partir de la película, ¿piensas que el material bélico alemán era mejor que el utilizado por los norteamericanos, tan bueno como él o peor?
- Pensándolo en retrospectiva, ¿cuáles fueron tus reacciones a esa parte de la película?
- Cuando escuchabas el discurso de Chamberlain, ¿pensabas que era propagandístico o informativo?

Fuente: Merton y Kendall. En: Flick (2007, pág. 90)

b) La entrevista semiestandarizada. Es una propuesta de Scheele y Groeben. Pretende conocer el sustrato de las respuestas del entrevistado en cuanto a sus conocimientos previos y sus emociones. Lo llaman reconstrucción de las "teorías subjetivas" del entrevistado acerca del problema que se investiga. Scheele y Groeben consideran necesario establecer preguntas que descubran este sustrato.

c) La entrevista centrada en el problema. Se trata de un trabajo de Witzel utilizado especialmente en psicología. Tiene tres criterios:

- se centra en un problema social específico,
- el método se modifica de acuerdo con ese objeto de estudio, y
- el proceso se orienta en comprenderlo.

d) La entrevista a expertos. Este tipo de entrevista semiestructurada se centra en una persona que puede aportar sus conocimientos especializados sobre un tema. No se centra en la persona, sino en su calidad de especialista y, por tanto, recaba información sobre el objeto de estudio en cuestión. En la investigación no se trata como un individuo más, sino como representante de un colectivo. Flick aconseja centrar las preguntas de la mejor manera posible para no perder tiempo y aprovechar al máximo al experto.

e) La entrevista etnográfica. Comienza como una conversación en la que el entrevistador introduce un tema que, poco a poco, revela las respuestas que se requieren. Implica ciertas formalidades, entre ellas, una petición institucional, la descripción del proyecto, el establecimiento de preguntas descriptivas y de contraste.

6.2.3. La entrevista en profundidad

Presenta diferencias notables respecto a la anterior. Mientras la semiestructurada puede realizarse en una ocasión, la entrevista en profundidad requiere de varios encuentros con el entrevistado. Bogdan y Taylor (2002: 100 y ss.) señalan que este tipo de entrevistas siguen el modelo de conversación entre iguales, lo que va más allá de un intercambio de preguntas y respuestas. También apuntan que el papel de entrevistador implica "no solo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas". El entrevistador ha de comenzar a conocer a su entrevistado, saber sus puntos de vista, intentar descubrir sus emociones para después enfocar todo ese material hacia la materia de interés de la investigación.

Además, indican los autores, la entrevista en profundidad tiene mucho en común con la observación participante. Por ejemplo, señalan que podría emplearse el mismo tiempo para entrevistar a veinte personas que para observarlas. Básicamente, las dos técnicas se diferencian en los escenarios. Así, la observación participante se lleva a cabo en el escenario "natural" en el que se desenvuelve la situación a estudiar, por ejemplo, en una exposición. En cambio, la entrevista requiere una preparación y puesta en escena de ciertos elementos: el lugar en el que se realiza, cómo se colocan las sillas, qué objetos hay alrededor, etc.

Este tipo de entrevista es usada por la antropología, la sociología y la investigación clínica, principalmente. Taylor y Bogdan distinguen tres tipos de entrevistas en profundidad:

1) **Entrevista narrativa o de la historia de vida.** Se desarrolla como la búsqueda de la biografía narrada en primera persona. Este tipo de entrevista es la base del trabajo de muchos científicos sociales. Por ejemplo, fue especialmente utilizada por la Escuela de Chicago.

2) **Entrevistas dirigidas al aprendizaje de hechos.** El entrevistado responde no solo sobre su experiencia, sino que también transmite su percepción del sentir de otras personas que vivieron el acontecimiento o la actividad igual que él.

3) **Entrevista destinada a conocer distintos escenarios y situaciones.** Requiere la participación de un amplio número de entrevistados

Las tipologías principales de entrevistas se ven más claramente en el resumen de Pérez Santos (2000: 96):

Ved también

Apartado 2, "Diez puntos importantes en la investigación cualitativa"

Tipología básica de entrevistas

	Ventajas	Inconvenientes	Utilización
Cuestionarios y entrevistas estructuradas	<ul style="list-style-type: none"> • Recoger gran cantidad de información de forma estandarizada • Bajo coste • Facilidad y rapidez en la recogida de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Complejidad de construcción del cuestionario • Manejo de grandes muestras 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios cuantitativos • Estudios sociodemográficos • Evaluación previa • Evaluación sumativa
Entrevistas semiestructuradas	<ul style="list-style-type: none"> • Permite una mayor elaboración de respuesta al entrevistado • No exige el conocimiento exacto del campo, objetivos, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto coste en tiempo y dinero • Complejidad en la administración • Complejidad del análisis de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios cuantitativos • Estudios cualitativos • Evaluación formativa • Estudios exploratorios iniciales para crear cuestionarios
Entrevistas en profundidad	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de mayor expresión por parte del entrevistado • Permite acercamientos a personas significativas • Información cualitativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto coste de tiempo y dinero • Muestras pequeñas no representativas • Precisa de formación especializada de los entrevistadores • Dificultades de interpretación 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios cualitativos • Primeras fases de evaluaciones previas, formativas o sumativas • Estudios de expertos

Fuente: Pérez Santos (2000, pág. 60)

Berg (2007: 130) recomienda seguir los siguientes pasos para obtener los mejores resultados de una entrevista:

1) Emplear unos minutos rompiendo el hielo. Tener en cuenta el escenario en el que se realiza la entrevista y, antes de iniciarla, realizar comentarios que hagan al entrevistado sentirse cómodo ante el entrevistador.

2) Recordar el objetivo. Hay que tener presente que la entrevista busca información. Es preciso llevar una copia del cuestionario que se ha elaborado previamente.

3) Actuar con naturalidad

4) Demostrar que se está atento. Estar atento a las emociones y respuestas no verbales del entrevistado.

Ejemplo

Si relata un episodio divertido y sonríe, sonreír también, para no dar una imagen de desinterés. En la encuesta, el entrevistador debe mantener al margen sus emociones, lo que no riñe con la simpatía.

5) Tener en cuenta la apariencia. Aunque pueda parecer un detalle secundario, es importante que el entrevistador vaya vestido de manera apropiada. Hay que pensar en el lugar al que se va y en la persona a la que se va a entrevistar.

6) Concertar la entrevista en un lugar cómodo. Es un aspecto importante, porque puede ayudar a que el entrevistado se sienta confiado y reaccione con mayor naturalidad a las preguntas.

Consulta recomendada

Para saber más: un análisis detallado de las diferencias, ventajas y desventajas de la aplicación de las clases de entrevista se puede encontrar en U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (págs. 140-141). Madrid: Ediciones Morata.

7) **Controlar las respuestas monosilábicas.** El entrevistador ha de ser consciente de que las respuestas de "sí" y "no" son poco útiles para la investigación. Por ello, debe tener la habilidad para obtener mayor información, contrapreguntando o insistiendo con una pregunta del tipo: "¿Me podría decir algo más sobre esto?".

8) **Ser respetuoso.** Asegurarse de que el entrevistado siente que forma parte de la investigación y de que es un elemento importante para esta.

9) **Ser cordial.** El entrevistador ha de tener presente su rol como representante de un equipo de investigación. Por tanto, debe ser correcto en su trato, saludar adecuadamente y despedirse de la misma forma. Esto incluye responder a las preguntas que el entrevistado pueda realizar sobre la investigación, antes o después de la sesión.

10) **Practicar.** A pesar de que existen consejos, manuales, libros enteros sobre la manera de hacer entrevistas, la verdadera escuela es la práctica.

Sea cual sea la elección del entrevistador, es frecuente que se presenten algunos problemas e inconvenientes en su desarrollo, como la falta de tiempo, el difícil acceso a algún entrevistado, etc.

6.2.4. La entrevista de grupo (grupos focales)

Las entrevistas grupales se conocen también como grupos focales, (*focus groups*). Es una técnica que trabajó el sociólogo norteamericano Robert Merton y que se usa para valor la opinión grupal de un sector determinado.

Es considerada una técnica eficiente de recogida de información que debe aplicarse a grupos pequeños. Usualmente, se recomienda que las entrevistas grupales no pasen de diez personas para evitar la dispersión respecto a la opinión del objeto que interesa investigar.

Para la aplicación de esta técnica es necesario formar a la persona. En la entrevista, que se graba en algún soporte audiovisual, suelen participar más de dos investigadores. Uno actúa como el entrevistador; se encarga de presentar el proyecto, de tener una charla previa y hacer sentir a los entrevistados relajados y cómodos. Debe moderar en todo momento, no solo realizar las preguntas, sino también velar por que la conversación no se transforme en un debate, si existen posturas encontradas. Él o los otros investigadores participantes recogen información escrita en la que incluyen anotaciones sobre gestos, miradas, etc. que puedan complementar el análisis de la entrevista.

Los *focus groups* proporcionan una rica información al tener a un grupo con características similares y que interactúa entre sí.

Ejemplo

Una biblioteca quiere abrir un nuevo servicio destinado a la tercera edad. Mediante la reunión de varios representantes de este grupo y usuarios habituales de la biblioteca, los responsables van recabando información que les indica, de manera más certera, la necesidad del colectivo.

Como todas las técnicas, los *focus groups* tienen sus ventajas y sus desventajas. Berg (2007, pág. 148) recoge algunas de ellas:

A favor:

- 1) Es una técnica flexible, en cuanto a la elección del número de participantes, que suele ser pequeño, al coste económico y al tiempo de aplicación.
- 2) Permite recoger gran cantidad de información en un corto período de tiempo.
- 3) Puede generar nuevas visiones sobre un problema o un aspecto de un problema que no se había comprendido.
- 4) Permite a los investigadores una mejor comprensión del grupo y sus individuos.
- 5) Facilita reunir información de población transitoria.
- 6) Permite que haya equilibrio en el contacto entre el participante y el investigador.
- 7) El investigador puede sondear otros temas de interés que surjan en el desarrollo del *focus group*.
- 8) No requieren una estrategia compleja para la elección de la muestra.

En contra:

- 1) La calidad de los datos recogidos dependen, en gran medida, de la habilidad del investigador que conduce la sesión para motivar la participación de los entrevistados.
- 2) Pueden sustituirse por otro tipo de técnicas como las entrevistas individualizadas o las encuestas.
- 3) Generalmente la asistencia es voluntaria, y si no acude el número de personas esperadas puede verse afectada la sesión.
- 4) Para que funcionen, se requiere que no sean largos. Las sesiones no deben excederse de una hora. Esto es un factor en contra, si se tiene en cuenta que deben intervenir unos ocho invitados más las introducciones e intervenciones del moderador.
- 5) La corta duración del *focus group* limita el número de preguntas.

6) Solo pueden tenerse en cuenta las opiniones grupales. Es decir, algún comentario individual e interesante, pero que no forme parte del acuerdo del resto del grupo, no puede incluirse en los resultados.

7) Si el moderador no controla adecuadamente el grupo, aquellos participantes con una personalidad fuerte pueden dominar la sesión e impedir que todos los integrantes expresen sus opiniones.

8) El investigador debe ser cuidadoso sobre el uso que hace de la información que se obtiene.

Para intentar minimizar los efectos negativos en los *focus groups*, Berg aconseja diseñar una guía que tenga en cuenta:

- 1) Introducción y actividades introductorias que deben ser breves.
- 2) Establecer unas reglas básicas de las intervenciones y una guía de la entrevista. Por ejemplo, si existe una cámara de vídeo, debe informarse a los asistentes de su existencia.
- 3) Intentar que las preguntas y las respuestas sean cortas teniendo en cuenta la duración total de la sesión.
- 4) Actividades especiales o ejercicios. Dirigidos sobre todo a los niños, por ejemplo, animarlos a dibujar, a realizar una carrera, o alguna otra actividad corta que pueda introducir el diálogo posterior.
- 5) Establecer una guía de aquellos aspectos sensibles que deben tratarse en la sesión. Tratar temas complejos requiere de una gran experiencia por parte del moderador para no ocasionar conflicto en el grupo.

Los anteriores consejos ayudan a que el *focus group* funcione de la mejor manera, pues es una técnica que se enfrenta a una serie de variables que pueden poner nervioso al grupo de investigación. Por ello, se debe definir claramente el objetivo de la investigación, la naturaleza del grupo, las cualidades del investigador que actuará como moderador, las funciones de los demás miembros del equipo investigador que actuarán de apoyo en la sesión, y, finalmente, el método de análisis que, en la mayoría de ocasiones, es el análisis de contenido.

Para finalizar la sección sobre las entrevistas, hay que recordar que uno de los mayores inconvenientes de este instrumento es el complejo análisis de los datos y el coste de su aplicación, si no lo realiza el propio equipo sino que se encarga a alguna empresa especializada. Para Binks y Uzzell (1996), en el momento de usar las entrevistas, se debe saber que consumen mucho tiempo,

necesitan un entrevistador suficientemente preparado y son difíciles de interpretar. Estos inconvenientes deben sopesarse respecto a la gran información que proporcionan.

Finalmente, hay que recordar que la transcripción de las entrevistas es un trabajo que tiene que hacerse lo más pronto posible. Lo ideal es que lo realice la misma persona que hizo la entrevista. Si se le encarga la transcripción a otro puede ser costoso, pero también ahorrará mucho tiempo.

6.3. Los estudios de caso

Los estudios de caso proceden de la antropología; Bronislaw Malinowski es su mayor representante. Stake (1994) señala que a esta técnica la define no su método sino el hecho de escoger casos individuales.

Stake distingue tres tipos de estudios de caso:

1) **Intrínseco.** No se elige porque represente otros muchos casos similares, o porque ilustre un problema genérico de algún objeto de estudio. Se elige porque al investigador le interesa analizar sus particularidades. Su valor es el caso en sí mismo. De ahí su nombre. El propósito de este estudio tampoco tiene que ver con el hecho de construir teorías. Por el contrario, se utiliza porque el caso vale la pena por sus características particulares.

2) **Instrumental.** Se elige porque contribuye a profundizar una teoría o un aspecto que ya tiene cierto recorrido teórico. En esta clasificación, el caso adquiere un rol secundario porque su objetivo es ayudarnos a comprender un fenómeno o situación que ya existe, que ya ha sido analizada pero en la que se quiere incidir o comprenderla de otra manera.

3) **Colectivo.** No se interesa en un caso en particular, sino que aborda un número determinado de ellos. Su objetivo es ayudarnos a entender una situación, un sector de la población, etc.

La calidad de un caso de ser único puede referirse a su naturaleza, su historia, o al entorno físico, el contexto económico, social, político, estético o cultural. Influyen otros casos mediante los cuales el caso elegido se reconoce, y, las personas que ayudan a profundizar en el caso.

Caso colectivo

Veamos un ejemplo de Stake (1994: 243-244) de cómo se puede seleccionar un caso. Se trata de un estudio de caso colectivo. El investigador se interesa por la interactividad y el atractivo de las exposiciones en los museos para niños. Se tienen recursos para estudiar cuatro museos con el fin de hacer un estudio colectivo de cuatro casos. Se eligen según las siguientes categorías:

a) **Tipo de museos:** arte, ciencia e historia

b) **Tipo de ciudad:** grande y mediana

c) **Tipos de programas:** expositivo y participativo

Estas categorías producen una matriz de 12 celdas (tres categorías por cuatro museos). Se puede iniciar pensando que lo mejor es elegir un museo de arte, uno de historia y dos de ciencia (porque en estos últimos existe un mayor número de exposiciones interactivas). Luego se considera que dos museos deberían estar en ciudades grandes, dos en ciudades medianas. Por cada tipo de programa se elegirían también dos museos. Sin embargo, cuando realmente se miran los casos existentes, la logística, los recursos, la recepción potencial por parte de la institución, el acceso a ellos, etc., el investigador probablemente elegirá aquellos museos que reúnan varios de los atributos que necesita. Así se elige la muestra: teniendo en cuenta criterios prácticos referidos al acceso, a la logística, etc. y el hecho de que la institución ofrezca la mejor oportunidad para aprender sobre las exposiciones interactivas. A pesar de ello, ninguna selección dará una representación convincente de la totalidad de los museos. Pero, en este caso, lo más importante es aprender sobre el tema; la selección de la muestra no debería ser la prioridad.

Las preguntas de investigación se convierten en el punto de partida. Los estudios de caso tienen en cuenta la recolección de datos, el análisis de la información, el papel que cumple el investigador, la validación de los resultados y el informe final (Stake, 1994).

7. El análisis de los resultados

Una vez el trabajo de campo se ha llevado a cabo y los datos se han recogido, el investigador se enfrenta al reto del análisis de la información. Se trata de una labor dispendiosa que, en ocasiones, requiere de largas y solitarias jornadas. Sin embargo, una vez van surgiendo los avances de investigación y los resultados emergen, el investigador obtiene una gran satisfacción de que está aportando conocimiento al objeto de estudio investigado.

Miles y Huberman (1994) plantean una tipología de los datos según se van analizando:

1) **Dato bruto.** Es aquel que está parcialmente o no ha sido procesado. Se tienen en cuenta las cintas de vídeo y audio, las notas del investigador, los cuadernos de campo y otros materiales que contengan la información.

2) **Código o categoría.** Se trata de unidades en las que se convierten los datos en bruto. Incluye una nota analítica en la que se justifica la conversión a categorías.

3) **Apoyo gráfico.** Los datos también pueden convertirse en cuadros, tablas, gráficos y una serie de apoyo gráfico para facilitar la lectura e interpretación de los datos.

Estos dos autores, Miles y Huberman, señalan que el análisis de datos se debe realizar en tres etapas: reducir los datos, exponerlos y sacar las conclusiones requeridas.

Las técnicas de análisis de datos en las metodologías cualitativas son inductivas. Es decir, se mueven de lo particular a lo general. De ahí la importancia de métodos como los estudios de caso. El análisis de los datos cualitativos necesita creatividad, lo que no está reñido con el rigor.

Uno de los mayores retos de la investigación cualitativa es organizar y almacenar la información, para poder ser eficientes a la hora de analizarla.

La búsqueda de métodos para analizar los datos es amplia. De hecho, Renata Tesch (1990) identificó 26 de ellos, "lo que puede parecer desalentador", aunque recalca que no es necesario conocerlos todos. Tesch insiste en el hecho de que la diversidad de técnicas de las que se vale la investigación cualitativa permite, igualmente, un número similar de análisis de la información recogida.

Aunque no profundizaremos en ellos, podemos decir que, en líneas generales, los métodos más comunes para el análisis de la información cualitativa son:

1) **Análisis de contenido.** Berg (2007) considera el análisis de contenido como una de las herramientas más usuales para analizar información cualitativa. Se realiza de manera detallada para examinar los mecanismos de comunicación presentes en un texto o en una transcripción de un contenido verbal. Existe discrepancia sobre si se trata de un tema más cuantitativo que cualitativo.

2) **Análisis temático.** Es un análisis que se logra clasificando la muestra analizada por temas que surgen de los individuos estudiados. Es decir, es un método inductivo.

3) **Análisis conversacional.** Forma parte del análisis etnometodológico. Se basa en la transcripción detallada de conversaciones generalmente grabadas en vídeo. Los investigadores buscan descubrir las categorías mediante las cuales se producen las conversaciones cotidianas (Caballero, 2006, pág. 98).

4) **Análisis del discurso.** Describe y detalla la forma y las estrategias de los discursos, ya sean escritos o hablados (transcritos a textos). Analiza diferentes niveles como el semántico, el sintáctico y otros. Se fija en la relación que tienen las estructuras del discurso y el contexto social, político y cultural en el que se desarrolla. El análisis crítico del discurso asume una posición –como su nombre indica– crítica frente a asuntos conflictivos de la vida social y política. Aborda el hecho de cómo se utiliza el lenguaje para legitimar el racismo, la pobreza, etc. Está vinculado a movimientos pacifistas, feministas y otros que median y estudian los conflictos sociales.

5) **Análisis documental.** A diferencia del análisis de contenido y del discurso, no busca un trasfondo cotidiano, social o político, sino que permite obtener información descriptiva/interpretativa. Por ejemplo, es útil para revisar documentos oficiales de una institución y mirar su evolución en el tiempo.

6) **El uso del ordenador.** Desde principios de los noventa, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) irrumpen también en el mundo de la investigación cualitativa. En el comienzo, se llamaron programas multipropósito, que consistían en procesadores de texto y bases de datos.

Flick (2007) señala que la presencia de los ordenadores, hoy en día, ocupa gran parte del proceso de investigación y se puede usar para:

- Tomar notas en el campo.
- Transcribir las notas de campo y procesarlas (editarlas, corregirlas, ampliarlas).
- Codificar, e incluir etiquetas, palabras clave y notas a los textos.
- Crear bases de datos para tener los textos organizados.
- Enlazar datos.

- Los demás relacionados con la redacción del informe.

Con el tiempo, aparecen los programas que ayudan a sistematizar el análisis de los datos. Estos programas se conocen como programas de análisis cualitativo de datos (ACD) (en inglés, *qualitative data analysis-QDA*), o los programas de análisis cualitativo de datos asistido por ordenador (PACDAO) (en inglés, *computer-aided qualitative data analysis software-CAQDAS*).

Como recuerda Chernobilsky (2006, pág. 240), los ordenadores habían servido para facilitar la vida de los investigadores cuantitativos, como una herramienta para el cálculo estadístico. La investigadora señala que, al principio, este tipo de software no era aceptado en su totalidad, pues algunos estudiosos consideraban que el programa podía guiar la investigación. Otros los rechazaban por considerar que alejaban al investigador de los datos y le conducían hacia el análisis cuantitativo de información cualitativa. En todo caso, el software no reemplaza al investigador, solo facilita su tarea.

Las PACDAO (o CAQDAS, en inglés) pueden identificar semejanzas, diferencias y relaciones entre textos; como resume Chernobilsky, estos programas sirven para:

- Integrar los datos.
- Buscar textos.
- Codificar.
- Recuperar segmentos.
- Consultar la base de datos.
- Facilitar la escritura de los informes.

Algunos de los programas que pueden utilizarse son:

1) **Análisis de textos.** Sirven para el análisis de entrevistas (en profundidad, semiestructuradas y de expertos), de preguntas abiertas, de observaciones, de *focus groups*, debates, discursos, documentos y estudios sobre el terreno, por ejemplo, protocolos de observación. Algunos de los programas son: WSR N6, MAXqda, Nvivo, QDA Miner.

2) **Archivos multimediales.** Sirven para analizar textos, gráficos, archivos de audio y vídeo. Los más usuales son: ATLAS.ti, Nvivo, HyperRESEARCH, QUALRUS, TRANSANA 2.

A pesar de las ventajas que representa la irrupción de los programas en el análisis de los datos cualitativos, hay que recordar que la máquina nunca reemplazará el criterio y el trabajo del investigador. Eso sí, facilitan su tarea y sirven para ahorrar un tiempo que puede emplearse en otras labores. Por ejemplo, en el análisis de resultados.

Una vez se acaba con el análisis de los datos, se pasa a la reflexión final y a la redacción del informe de la investigación, cuya estructura deberá ir acorde con el desarrollo de la misma. A pesar de que existen modelos, lo ideal es que cada investigador adapte ciertos formalismos a su trabajo.

8. Fundamentar la investigación cualitativa

Una de las discusiones teóricas se refiere a "cómo" evaluar una investigación basada en métodos cualitativos. Aunque no existe un acuerdo al respecto, sí existen tendencias y perspectivas que contribuyen a analizar la validez de una investigación. Flick (2007) señala las siguientes:

1) Plausibilización selectiva. Tiene que ver con la credibilidad de la investigación. Algunos críticos dicen que no es suficiente indicar las citas de entrevistas y observaciones como fuente de documentación. Tampoco deja clara la manera en que se seleccionan los resultados a la hora de preparar una publicación en la que se muestra aquello que el investigador "cree" que es lo ilustrativo, lo representativo. Flick señala que esta elección no aclara la manera en que el investigador maneja su muestra y por qué ha seleccionado lo que presenta. En este caso, aconseja fundamentar adecuadamente el método de análisis. En el tema de la fiabilidad, el autor apunta que hay que explicar el origen de los datos para que el lector pueda tener claro qué es lo que dice el sujeto estudiado, y en qué punto comienza la interpretación del investigador. Otro aspecto a tener en cuenta es la formación de los entrevistadores y de los observadores para que tomen de manera adecuada los datos. Finalmente, recomienda documentar, de la manera más adecuada, los datos y utilizar diferentes métodos. Por el contrario, **la fiabilidad no puede descansar en la repetición de datos**, lo que puede tener un efecto contrario y llevar a desconfiar de los mismos.

2) La validez. Kirk y Miller (1986) aseguran que no todo experimento puede ser controlado en su totalidad. Efectivamente, existen multitud de variables que pueden interferir en una toma de datos y en su propio análisis. En el caso de la investigación cualitativa, insisten, el problema de la validez "es una cuestión de si el investigador ve lo que piensa que ve", o como dice el propio Flick, es una cuestión de un problema de "especificar el vínculo entre las relaciones que se estudian y la versión de ellas que proporciona el investigador". La validez también incluye el método y la manera en que se aplica especialmente en las entrevistas y la observación participante.

Para Altheide y Johnson (1988, págs. 291-292), la validez en el proceso de investigación tiene las siguientes relaciones:

- a) La relación entre lo que se observa y los diferentes contextos dentro de los que se hace la observación.
- b) La relación entre el observador, el observado y el entorno.

c) La relación entre el punto de vista del investigador y la interpretación de los datos.

d) La relación con la audiencia, es decir, con el lector de los resultados.

e) La retórica utilizada en la descripción del problema y en la interpretación de los datos.

Para Flick, los criterios de fiabilidad y validez comienzan a ser replanteados y muchos investigadores se decantan por tener en cuenta otros criterios como la triangulación y la inducción analítica.

3) La triangulación. Los métodos cualitativos son variados; muchos investigadores utilizan solo uno con el cual sienten que obtienen mayor información, o van perfeccionando la técnica a medida que pasa el tiempo. Sin embargo, para un gran número de investigadores sociales, el planteamiento de sus investigaciones requiere que se combinen diferentes miradas. Para ello, se usa la **triangulación**.

La triangulación es la manera de abordar un objeto de estudio por medio de tres métodos, con los que se obtienen tres perspectivas diferentes pero complementarias sobre una misma problemática. No solo se utiliza para combinar los métodos cuantitativos y cualitativos, sino también los cualitativos entre sí.

Berg (2007) explica que, en la triangulación, utilizada también en la navegación y en las prácticas militares, usualmente se cruzan tres puntos; tanto desde el aspecto metodológico como desde la intersección teórica de un objeto de estudio. Es un concepto desarrollado por Norman Denzin en la década de los setenta. Este autor distingue cuatro tipos de triangulación o lo que llamó "líneas de acción":

a) Triangulación de datos. Está relacionado con las diferentes fuentes a la hora de obtener datos. En este punto, Denzin diferencia entre la obtención de información entre el tiempo, el espacio y las personas, y sugiere estudiar el objeto a través de diferentes sujetos, en distintos lugares y diferentes fechas.

b) Triangulación del investigador. Consiste en hacer un análisis y una interpretación de los datos recogidos por el estudio por parte de varios investigadores. De este modo se comprueba si todos los investigadores han llegado a las mismas conclusiones y se evitan posibles sesgos propiciados por el género, la raza o la cultura (Decrop, 1999).

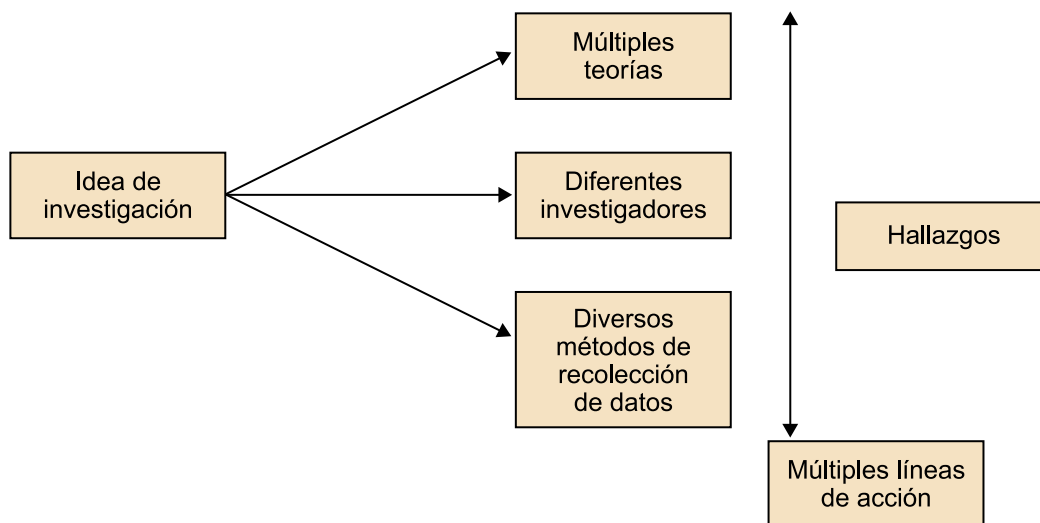
c) Triangulación de la teoría. Implica el uso de múltiples ópticas teóricas para interpretar un conjunto de datos, que pueden proceder de disciplinas diferentes (Decrop, 1999). Por ejemplo, analizar el comportamiento de un turista

desde el punto de vista de la antropología, la sociología, la psicología, el marketing, etc. Para Denzin, el hecho de cruzar diferentes teorías es una oportunidad para extender y ampliar el conocimiento.

d) Triangulación metodológica. Se distinguen dos tipos de triangulaciones por método: la primera se hace dentro del método, por ejemplo, el uso de diferentes escalas para medir un ítem en un cuestionario. La segunda triangulación es la que se hace entre diferentes métodos e implica la combinación de estrategias. Por ejemplo, combinar una encuesta con una entrevista semi-estructurada.

Gráficamente, el método de la triangulación se expresa de la siguiente manera:

Múltiples líneas de acción en la triangulación



Fuente: Berg (2007, pág. 6)

El concepto de triangulación ha sido desarrollado posteriormente por diferentes autores; uno de ellos es Flick, quien sugiere tener en cuenta las siguientes preguntas antes de decidir qué camino tomar:

- ¿Mi objeto de estudio necesita diferentes aproximaciones metodológicas?
- ¿Mi pregunta de investigación abarca diferentes niveles del objeto de estudio?
- ¿El objeto de estudio en cuestión necesita diferentes perspectivas teóricas?
- ¿Necesito tener diferentes niveles de información para comprender mi objeto de estudio?
- ¿Mi calendario y mis recursos permiten la triangulación?
- ¿Los sujetos en mi investigación están de acuerdo en participar en diferentes métodos (una encuesta, una entrevista, una observación...)?

Los seguidores de la propuesta de Denzin (Berg, Goetz y Lecompte, Borman, Frankfort-Nachmias, entre otros) insisten en la necesidad de utilizar dos o más métodos de recolección de datos para validar los resultados. El tiempo y los

costos que implica realizar una investigación de este tipo ameritan que, en el diseño de la misma, se considere la triangulación. Es mejor preverla, antes de iniciar el trabajo, que hacerlo sobre la marcha.

4) La inducción analítica. Planteada por Bühler-Niederberger, es el hecho de analizar la excepción en la comprobación de una hipótesis. O sea, estudiar aquello que resulta distinto de lo que se ha encontrado.

5) Otros criterios. La evaluación de la investigación cualitativa desde los años ochenta se fija también en la confiabilidad, la credibilidad y la auditabilidad. Se trata de conceptos trabajados por Lincoln y Guba (1985), que proponen realizar actividades que favorezcan el generar datos creíbles, por medio de la observación, del compromiso del investigador, y de elaborar un proceso de triangulación. Los autores también recomiendan el uso de la inducción analítica. En la línea de la confiabilidad y la seguridad, resaltan la necesidad de realizar una auditoría igual a la que se hace en el terreno económico, a fin de garantizar la ejecución de los métodos propuestos.

Bibliografía

- Adler, P. A.; Adler, P.** (1994). "Observational Techniques". En: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (págs. 377-392). Thousands Oaks: Sage.
- Altheide, D. L.; Johnson, H. M.** (1998). "Criteria for Assessing Interpretative Validity in Qualitative Research". Tomado de: U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Asensio, M.; Pol, E.** (1998). "Comprendiendo los contenidos de los museos". En: *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia* (núm. 15, págs. 15-30).
- Belvedere, R.** (2002). "Prólogo: filosofía y ciencias sociales". En: F. L. Schuster (comp.). *Filosofía y métodos de las ciencias sociales*. Bs. As.: Manantial.
- Berg, B.** (2007). *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston: Pearson International Edition.
- Binks, G.; Uzzell, D.** (1996). "Monitoring and evaluation: the techniques". En: G. Durbin (ed.). *Developing museum Exhibitions for lifelong learning*. Londres: Group for Education in Museums. The Stationery Office.
- Bitgood, S.** (2002). "Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers". En: R. Bechtel; A. Churchman (eds.). *Handbook of environmental psychology* (págs. 461-480). Nueva York: Wiley.
- Bitgood, S.** (1992). "Visitor orientation and circulation: some general principles". *Visitor Behavior* (vol. 3, núm. 8, págs. 15-16).
- Bloom, B. S.** (ed.) (1971/1972). *Taxonomy of educational objectives; Book 1: Cognitive Domain and Book 2: Affective Domain*. Nueva York: David MacKay.
- Buela-Casal, G.; Sierra, J. C.** (1997). *Manual de evaluación psicológica. Fundamentos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Siglo XXI.
- Caballero, J.** (2006). "Etnometodología. Una Explicación de la Construcción Social de la Realidad". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)* (núm. 56, págs. 83-144). [Fecha de consulta: 22 de enero del 2010]. <http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_056_06.pdf>
- Corbin, J.; Strauss, A.** (2008). *Basics of qualitative research*. Los Ángeles / Londres / Nueva Delhi / Singapur: Sage.
- Decrop, A.** (1999). "Triangulation in qualitative tourism research". *Tourism Management* (vol. 20, núm. 1, págs. 157-161).
- Denzin, N.; Lincoln, Y.** (eds.) (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.
- Denzin, N.; Lincoln, Y.** (eds.) (2003). *Collecting and Interpreting Qualitative Materials* (2.^a ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Flick, U.** (2002). "Qualitative research. State of the art". *Social sciences Information* (vol. 1, núm. 41, págs. 5-24).
- Flick, U.** (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Fontana, A.; Frey, J.** (1994). "Interviewing. The Art of Science". En: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (págs. 361-376). Thousands Oaks: Sage.
- Frankfort-Nachmias, Ch.; Nachmias, D.** (2000). *Research methods in the social sciences* (6.^a ed.). Nueva York: Worth Publishers.
- Goetz, J. P.; LeCompte, M. D.** (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Morata.
- Guba, E.; Lincoln, Y.** (1994). "Competing Paradigms in Qualitative Research". En: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.
- Janesick, V.** (1994). "The dance of Qualitative Research Design. Metaphor, Methodolatry, and Meaning". En: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.

Kirk, J.; Miller, M. L. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Beverly Hills: Sage.

Lincoln, Y. S.; Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. En: U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.

Maxwell, J. (1996). *Qualitative Research Design. An Interactive Approach*. Londres: Sage.

Maxwell, J.; Mohr (1999). "Quantitative and Qualitative: A Conceptual Analysis". Paper presented at the annual meeting of the American Evaluation Association, Orlando, Florida. En: J. Maxwell; D. Loomis. "Mixed Methods Design". En: A. Tashakkori; Ch. Teddlie (eds.) (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research* (págs. 241-271). Thousand Oaks / Londres / Nueva Delhi: Sage.

Maxwell, J.; Loomis, D. (2003). "Mixed Methods Design". En: A. Tashakkori; Ch. Teddlie (eds.). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research* (págs. 241-271). Thousand Oaks / Londres / Nueva Delhi: Sage.

McClafferty, T.; Rennie, L.; Groves, I. (1996). "Easy to use instruments for formative evaluation". En: *Evaluation and Visitor Research in Museums Special Interest Group, Meeting*. Museums Australia Conference. Sydney, New Wales.

Mejía, J. (2000). "El muestreo en la investigación cualitativa". *Investigaciones Sociales* (vol. 4, núm. 5, págs. 165-180).

Mendizábal, N. (2006). "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa". En: I. Vasilachis (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.

Miles, M. B.; Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: an Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks: Sage.

Morse, J.; Field, P. A. (1995). *Qualitative Research Methods for health Professionals* (2.^a ed.). Thousand Oaks: Sage.

Pérez Santos, E. (2000). *Estudios de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. Gijón: Ediciones Trea.

Pons, I. (1993). *Programación de la investigación social*. Madrid: Cuadernos Metodológicos. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Prats, C. (1988). "Avaluació d'una visita al Museu de Zoologia: diferències entre nois i noies respecte a cinc aspectes formatius". En: *La investigació de l'educador de museus*. Conferència ICOM/CECA, 1985. Estudis i Recerques. Sèrie Investigació Museística (núm. 2, págs. 210-221). Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Silverman, D. (ed.) (2006). *Qualitative Research. Theory, Method and Practice*. Londres / Thousand Oaks / Nueva Delhi: Sage.

Silverman, D. (1994). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. Londres / Thousand Oaks / Nueva Delhi: Sage.

Stake, R. (1994). "Case Studies". En: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (págs. 236-247). Thousand Oaks: Sage.

Tashakkori, A.; Teddlie, Ch. (eds.) (2003). *Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. Thousand Oaks / Londres / Nueva Delhi: Sage.

Taylor, S. J.; Bogdan, R. (2002). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Teddlie, Ch.; Tashakkori, A. (2009). *Foundations of Mixed Methods Research. Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*. Thousand Oaks / Londres / Nueva Delhi / Singapur: Sage.

Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis Types and Software Tools*. Londres: Falmer.

Vasilachis, I. (coord.) (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.

Vasilachis, I. (2006). "La investigación cualitativa". En: I. Vasilachis (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa* (págs. 23-64). Barcelona: Gedisa.

Veal, A. J. (2017). *Research methods for leisure and tourism*. Pearson, UK: Prentice Hall.

Von Wright, G. H. (1987). *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza.

Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. Nueva York: Guilford Publications.

