



# Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario

Edición preparada por:  
Jesús Manuel Tejero González

# 171

colección  
**estudios**



**TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS  
ÁMBITOS SANITARIO Y SOCIOSANITARIO**



# **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS ÁMBITOS SANITARIO Y SOCIO SANITARIO**

**Edición preparada por:  
Jesús Manuel Tejero González**



---

Ediciones de la Universidad  
de Castilla-La Mancha

Cuenca, 2021

TÉCNICAS de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario / edición preparada por Jesús Manuel Tejero González.– Cuenca : Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2021

180 p. ; 24 cm.– (Estudios ; 171)

ISBN 978-84-9044-423-8

1. Investigación médica 2. Medicina – Relación médico/paciente 3. Investigación y teoría de la enfermería I. Tejero González, Jesús Manuel, ed. lit. II. Universidad de Castilla-La Mancha, ed. III. Título IV. Serie

614.253.8

614.253.5

MBGR - MBDP - MQCB

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación solo puede ser realizada con la autorización de EDICIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA salvo excepción prevista por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos – [www.cedro.org](http://www.cedro.org)), si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© de los textos e imágenes: sus autores.

© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha.

Edita: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Colección ESTUDIOS n.º 171

ISSN: 2255-2618 / ISSN-L: 2255-2618

I.S.B.N.: 978-84-9044-423-8 (Edición impresa)

I.S.B.N.: 978-84-9044-424-5 (Edición electrónica)

D.O.I.: [http://doi.org/10.18239/estudios\\_2021.171.00](http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00)

D.L.: CU 13-2021

Diseño de la colección y de la cubierta:

C.I.D.I. (Universidad de Castilla-La Mancha)



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

Composición: Compobell, S.L.

Impresión: MG Color



Esta obra se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons BY-NC-ND 4.0.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede usted acceder al texto completo de la licencia en este enlace: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

Hecho en España (U.E.) – *Made in Spain (E.U.)*

## ÍNDICE

Capítulo 1. Introducción al método científico. Paradigmas empíricos e interpretativos. . . . .	9
<i>J. Manuel Tejero González</i>	
Capítulo 2. La investigación-acción como método de evaluación participativa. . . . .	35
<i>M. Pilar Delgado Hito</i>	
Capítulo 3: El método Delphi. . . . .	55
<i>Mercedes Guilabert Mora</i>	
Capítulo 4. Entrevistas estructuradas, semi-estructuradas y libres. Análisis de contenido. . . . .	65
<i>Raquel Lázaro Gutiérrez</i>	
Capítulo 5. Observación participante. Historias de vida y entrevista en profundidad . . . . .	85
<i>Rosa Castro Ramos</i>	
Capítulo 6. Grupos de discusión y grupos focales . . . . .	103
<i>M<sup>a</sup> Virtudes Pérez Jover</i>	
Capítulo 7. Encuestas de opinión . . . . .	113
<i>Isabel María Navarro Soler</i>	
Capítulo 8. Calidad percibida y satisfacción: Cómo conocer y medir la experiencia del paciente en una organización sanitaria . . . . .	145
<i>Encarnación Añó Consuegra</i>	
Capítulo 9. Identificación de evidencia científica y sus repercusiones en la práctica profesional. . . . .	165
<i>Francisco Alberto García-Sánchez</i>	





## CAPÍTULO 4

# ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS, SEMI- ESTRUCTURADAS Y LIBRES. ANÁLISIS DE CONTENIDO

RAQUEL LÁZARO GUTIÉRREZ  
Universidad de Alcalá de Henares

La **entrevista** es una de las **técnicas cualitativas** más utilizadas en la investigación sociológica y, particularmente en los últimos tiempos, ha cobrado una gran importancia en ámbitos como las ciencias de la salud. Es importante **no confundirla con la encuesta**, de la que se diferencia fundamentalmente en que la primera es una técnica cuantitativa mientras que la entrevista es una técnica cualitativa. La entrevista cualitativa genera una oportunidad para comprender los puntos de vista de los participantes en la investigación acerca de sus mundos tal y como son descritos en sus propias palabras.

Habitualmente la entrevista es un **proceso dialógico** entre dos personas, un **entrevistado** y un **entrevistador**. Persigue unos **objetivos concretos**, que se pueden resumir en el deseo del entrevistador de **obtener información** del entrevistado, y una **estructura** que puede reducirse en algunos casos a expresiones mínimas, pero que nunca está del todo ausente.

Mediante la entrevista, el investigador persigue acceder a la **perspectiva** del sujeto estudiado y, así, comprender sus interpretaciones, percepciones y sentimientos, así como su manera de categorizar y de explicar sus actos. Resumiendo, la entrevista se puede definir como:

*Una conversación provocada por el entrevistador, dirigida a un número relevante de sujetos que han sido elegidos en base a un plan de investigación. Tiene una finalidad cognoscitiva y está guiada por el entrevistador sobre la base de un esquema determinado de interrogación.*

De este modo, una entrevista se distingue de una conversación ocasional en que se solicita **explícitamente** por el entrevistador. De hecho, el proceso de **concertar una cita** para realizar una entrevista a veces le lleva un tiempo considerable al investigador.

Por otro lado, el entrevistado no es, habitualmente, un sujeto ocasional, sino que se elige **cuidadosamente** por sus **características** (que haya tenido determinadas experiencias, que pertenezca a una categoría determinada, que desempeñe un cargo concreto, etc. Según el objetivo de la investigación, el **número de entrevistados** varía y, en ocasiones, para poder contar con datos sistematizables, es necesario contar con varias decenas de entrevistados. De este modo, un buen número de entrevistados nos permitirá generalizar nuestros hallazgos.

La conversación que se produce en el seno de una entrevista que se realiza en el marco de una investigación está orientada hacia un **objetivo cognoscitivo**. Esto quiere decir se persigue que el investigador obtenga **información y conocimientos** sobre un aspecto concreto. Esto diferencia este tipo de entrevistas de otras como, por ejemplo, una entrevista terapéutica entre un psicólogo y su paciente, que tiene finalidad terapéutica, o una entrevista de trabajo (que tiene una finalidad evaluadora).

Además, la entrevista se diferencia de un diálogo común entre dos personas cuyos roles como interlocutores están equilibrados en que, en esta ocasión, se trata de una **conversación guiada**. Es el entrevistador el que establece el **tema** y **controla** que el desarrollo de la entrevista responda a los fines cognoscitivos que él se ha marcado. Como veremos más adelante, esta **actitud conductora** del entrevistador se realiza utilizando distintas técnicas y se pueden dar distintos **grados de direccionalidad** (aunque siempre manteniendo la libertad del entrevistado para estructurar su respuesta), que se materializan en los distintos tipos de entrevistas.

## 1. TIPOS DE ENTREVISTAS

Como hemos mencionado en el apartado anterior, podemos distinguir las entrevistas de acuerdo a su **grado de estandarización** (direccionalidad, flexibilidad...), es decir por el diferente grado de libertad o constricción que se concede a los dos actores, al entrevistador y al entrevistado. La entrevista es un instrumento abierto, flexible, adaptable a distintos contextos empíricos, y moldeable a lo largo de la interacción. Según su grado de flexibilidad, podemos distinguir tres tipos básicos de entrevistas: **estructuradas, semi-estructuradas y no estructuradas o libres**.

<b>Entrevista estructurada</b>	<b>Hay un preciso guión y orden de preguntas abiertas.</b>
<b>Entrevista semi-estructurada</b>	Hay un conjunto de preguntas y temas a explorar pero no hay una redacción exacta y tampoco un orden de exposición.
<b>Entrevista libre</b>	No hay guión, no hay preguntas y temas predefinidos y tampoco un orden.  El investigador tiene en su cabeza solamente sus preguntas de investigación.

### **1.1. La entrevista estructurada**

La entrevista **estructurada** es aquella que se basa en un **guión** de preguntas, fundamentalmente **abiertas** (en contraste con las preguntas que aparecen en un cuestionario, que son principalmente cerradas o de opción múltiple). A todos los entrevistados se les hacen las **mismas preguntas** con la **misma formulación** y en el **mismo orden**. De esta manera el estímulo es igual para todos los entrevistados y se garantiza que la variedad en la disposición de preguntas no altera las respuestas. Los entrevistados, sin embargo, tienen plena **libertad** para manifestar su respuesta. No obstante, el simple hecho de plantear siempre las mismas preguntas y en el mismo orden supone una gran **rigidez** en la dinámica de la entrevista.

Podríamos distinguir tres motivos que inducen al investigador a hacer uso de entrevistas estructuradas en vez de otros instrumentos como las encuestas. Un primer caso está generado por la extrema singularidad de las situaciones, cada una distinta de la otra, que impide la determinación de un exhaustivo arco de respuestas antes de la administración de la entrevista.

Otras veces se escoge esta solución no tanto porque la problemática sea poco conocida para el investigador, sino porque evoca una **complejidad** de dimensiones tal que las respuestas resultan totalmente **imprevisibles** (además de difícilmente sintetizables en pocas palabras).

Por último, en muchos casos la decisión de servirse de la entrevista estructurada se asienta en la **cultura del entrevistado**, poco acostumbrado al lenguaje abstracto. Por ejemplo, determinadas poblaciones como aquellas provenientes de un medio rural o si se pretende entrevistar a niños de 5 a 11 años responden mejor ante preguntas abiertas en una entrevista parecida en forma a una conversación natural, que ante una lista innatural de preguntas con respuestas a escoger de entre un abanico predefinido. Mientras que la comprensión de una pregunta puede ser relativamen-

te sencilla, la comprensión de las alternativas de respuesta puede ser mucho más difícil porque sea necesaria una alta capacidad de **abstracción**. Esto se puede ver agravado por el hecho de que las alternativas de respuestas hayan sido formuladas conforme a categorías mentales alejadas de las del entrevistado.

## 1.2. La entrevista semi-estructurada

La entrevista **semi-estructurada** recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de **preguntas abiertas**. Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés, este tipo de entrevista requiere una muestra relativamente grande de participantes.

Para realizar entrevistas semi-estructuradas, el entrevistador dispone de un **guion** que recoge los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador. Las preguntas del guion se han preparado por parte del entrevistador desde su experiencia personal tras haber realizado una revisión de la literatura. Estas preguntas deben ser abiertas y su número ha de ser mínimo para evitar el flujo de la entrevista.

Además, cuando ya se ha iniciado la entrevista, la conversación se puede plantear como se desee dentro de un mismo tema. Se pueden **incorporar nuevas preguntas** en los términos que se estimen convenientes, se puede **explicar** el significado de las preguntas formuladas, **pedir aclaraciones** al entrevistado cuando no se entiende algún punto o incluso **pedirle que profundice** en algún aspecto introduciendo nuevas preguntas. De este modo, el entrevistador establece un estilo de conversación propio y personal.

Para recolectar cierta clase de datos, la entrevista puede diseñarse como:

- Una **entrevista cultural**: para determinar el conocimiento compartido, reglas, valores y expectativas de un grupo.
- Una **entrevista de tópico**: para aprender más acerca de un cierto evento o tema.
- Una **entrevista de historia oral**: para aprender acerca de un periodo específico desde la perspectiva de la gente que tiene la experiencia de ese tiempo.
- Una **entrevista de historia de vida**: para aprender acerca de los principales acontecimientos de vida de una persona.
- Una **entrevista de evaluación**: para aprender acerca de las perspectivas de los entrevistados en torno a los puntos fuertes y débiles de un programa.

La entrevista semi-estructurada se usa cuando el investigador sabe algo acerca del área de interés, por ejemplo desde una **revisión de la literatura**, pero no lo

suficiente como para responder las preguntas que se ha formulado. Aunque las preguntas están ordenadas, los participantes pueden **responder libremente** en contraste con una encuesta de preguntas cerradas en la que se debe elegir entre unas respuestas predeterminadas.

### **1.3. La entrevista libre**

En la entrevista **no estructurada** o **libre** ni siquiera el contenido de las preguntas está preestablecido, y puede variar en función del sujeto. La especificidad de este tipo de entrevista está la individualidad de los temas y de su itinerario. El propósito de una entrevista libre es provocar respuestas en profundidad por parte de los participantes. El cometido del entrevistador es sacar, a lo largo de la conversación, los temas que desea abordar. El investigador o entrevistador ha identificado una pregunta de investigación pero conoce poco sobre el área de interés. Por lo tanto, simplemente pide a los entrevistado que cuenten su historia o hablen sobre sus experiencias, y escucha y aprende.

El proceso de la entrevista libre es **no restrictivo** y los participantes tienen el control de la agenda de la entrevista y cómo relacionan sus experiencias. A través de las respuestas de los entrevistados el entrevistador trata de alcanzar la comprensión de sus emociones y conductas tal cual son dichas según su **experiencia**. Este tipo de entrevista es próxima al corazón de la indagación cualitativa porque permite a los participantes usar su propio **lenguaje** para describir totalmente sus experiencias.

El entrevistador, por lo tanto, dejará que el entrevistado desarrolle su visión sobre el asunto y mantenga la iniciativa de la conversación, limitándose a **animarlo** o a incitarlo a **profundizar** cuando toque temas más interesantes. Además, **controlará** la conversación atajando las divagaciones excesivas y vigilando que la entrevista no degenere hacia cuestiones totalmente carentes de conexión con el tema. Idealmente se hace solo una pregunta para animar a los participantes a compartir sus experiencias sin interrupción. Las intervenciones del entrevistador se hacen de manera amable para que el participante no se sienta molesto o dominado.

## **2. TIPOS DE PREGUNTAS**

La **guía de la entrevista** es el listado de preguntas que se prepara el investigador para interrogar al entrevistado. Existen numerosas **clasificaciones** de preguntas. Aquí solo vamos a explorar los tipos más frecuentes en las entrevistas.

En primer lugar es necesario distinguir entre preguntas primarias y secundarias. Las **preguntas primarias** son las que introducen un nuevo tema o bien abren un nuevo interrogante, mientras que las **preguntas secundarias** tienen como finalidad articular y profundizar el tema de la pregunta primaria.

Las **preguntas descriptivas** capacitan al investigador para evaluar el conocimiento de una persona, frecuentemente usando las propias palabras del sujeto. Se consideran cuantitativas, en cuanto a que, en la fase de análisis, se pueden categorizar las respuestas fácilmente y cuantificarlas.

Las **preguntas estructurales** capacitan al entrevistador para descubrir la manera en que la gente discute y relaciona sus conocimientos, opiniones actitudes y atribuciones. Sirven para ver cómo estructura el entrevistado su conocimiento. Este tipo de preguntas pueden ser, por tanto, de atribución, de conducta, de creencias y de actitudes.

Las **preguntas de contraste** proveen al entrevistador de una forma para alcanzar un mejor entendimiento del valor específico de materias que preocupan a los sujetos. Al entrevistado se le presentan dos opciones y se le pide que reflexione sobre ellas. Este tipo de preguntas se basan en una comparación.

**Preguntas abiertas:** El propósito de estas preguntas es permitir a los entrevistados contestar con su lenguaje real. La naturaleza de estas preguntas permite que el entrevistado exprese sus pensamientos, sentimientos y experiencias sin interferencia del entrevistador o de respuestas preestablecidas.

Las **preguntas de presuposición** apuntan a inducir un aumento de significado a medida que la entrevista progresa. Se construyen a partir de un supuesto (una hipótesis) que se verifica y se matiza con la respuesta del entrevistado. Estas clases de preguntas son particularmente útiles cuando las respuestas a preguntas estructuradas son esperadas, ya que el entrevistador presupone que el respondiente tiene algo más que decir. Las presuposiciones sirven para al menos dos funciones (1) estimular a los entrevistados a hablar más y (2) facilitar la conversación.

Las **preguntas de role-playing** se pueden usar también en entrevistas abiertas para situar al entrevistado en un contexto y facilitar, así, la respuesta a una pregunta difícil. Cuando una conversación está en proceso, este tipo de preguntas supone habitualmente un respiro y, en caso de discusión, suelen mejorar la atmósfera de la entrevista, ya que el entrevistado suele experimentar la sensación de ser un experto.

Las **preguntas de seguimiento** se usan habitualmente para ahondar en las respuestas dadas previamente a una pregunta, posiblemente procedente de una encuesta contestada anteriormente. Se pueden desarrollar dos clases de exploraciones: exploración de detalle orientado y exploración de elaboración. Las primeras consisten en preguntas que apuntan a llenar los espacios en blanco de una respuesta, mientras que las segundas, como su propio nombre indica, se orientan a la elaboración y compleción de una respuesta. Son muy útiles cuando el entrevistador no ha entendido alguna de las respuestas del entrevistado. Además, siguiendo a Alonso (1998), encontramos otros mecanismos muy útiles a la hora de obtener información

de nuestro entrevistado. Este autor ordena los tipos de preguntas o mecanismos para obtener información relacionándolos con los actos de habla del entrevistador.

Actos de habla	Registro referencial	Registro modal
<b>Declaración</b>	Complementación	Interpretación
<b>Interrogación</b>	Pregunta sobre contenido	Pregunta sobre actitud
<b>Iteración</b>	Eco	Reflejo

Las **declaraciones** son un acto del habla por el cual el que habla da a conocer su punto de vista y a partir de ahí se genera una pregunta más o menos inquisitorial. Podemos decir que el entrevistador puede realizar este acto de dos maneras: desde un registro referencial, en cuyo caso el enuncia simplemente un hecho sin connotaciones ni intención alguna aparte de la de obtener una respuesta. Por otro lado, esta declaración también se puede hacer desde un registro modal que indica ya una actitud del locutor respecto a lo que se está refiriendo. Habría un juicio de valor implícito o una postura determinada frente a un hecho, con lo cual estaríamos ante una Interpretación.

La **interrogación** una pregunta directa que obliga a dar respuesta. La mayoría de las preguntas de las entrevistas son de este tipo. Si enfocamos estas preguntas desde ambos registros, referencial y modal, obtenemos una pregunta bien sobre el contenido o bien sobre la actitud.

La **reiteración** es la repetición de un punto de vista ya expuesto de manera total o parcial. Si se hace desde un registro referencial dará como resultado una pregunta eco, donde se toma parte del discurso y se subraya su importancia de manera escueta sin connotaciones. En caso de situarnos desde un registro referencial tendríamos una respuesta denominada reflejo.

### 3. PREPARACIÓN

Para planear una entrevista se deben definir los siguientes elementos:

<b>Lugar</b>
<b>Momento</b>
<b>Tiempo de duración</b>
<b>Entrevistados</b>
<b>Guía o guión</b>

Es importante recordar que una entrevista no se desarrolla ni con un cuestionario cerrado ni mediante una charla informal, y que, en la mayoría de los modelos de entrevista se **añaden** durante su transcurso otras preguntas y mecanismos para obtener información.

### 3.1. Entrevistados

Es de suma importancia para la preparación de la entrevista seleccionar cuidadosamente a los **entrevistados** más capaces y dispuestos a dar información relevante. En algunas ocasiones nuestros entrevistados serán parte de un **grupo numeroso**, por lo que tendremos que escoger una muestra representativa en cuanto a su número. Otras veces nuestros entrevistados serán **únicos** por, por ejemplo, ostentar un cargo determinado.

Por lo tanto, cuando seleccionamos los entrevistados debemos plantearnos, en primer lugar, a **cuántos** necesitamos entrevistar y **qué características** deben cumplir. No debemos olvidar pensar en **cuántas veces** vamos a entrevistar a cada entrevistado, ya que deberemos informarle de este detalle y concertar un número de citas suficientes. Esto es particularmente importante si vamos a realizar entrevistas de seguimiento.

Para decidir cuántos y qué características deben poseer los entrevistados debemos tener en cuenta las **variables fundamentales** que distinguen nuestro objeto de estudio y consultar **bases de datos** o **estudios previos** que describa la población de referencia. Para escoger a los entrevistados son especialmente útiles las investigaciones cualitativas antecedentes sobre temas afines al de nuestra investigación.

Una vez tengamos suficiente información seremos capaces de trazar el **perfil** de las personas típicas que pueden ofrecernos la información y conocimiento deseados. Deberemos tener en cuenta que tendremos que incluir varios tipos de personas según los objetivos de la investigación para asegurarnos de que nuestra muestra es amplia y **representativa**.

El **casillero metodológico** es un instrumento muy útil para representar el perfil de los entrevistados. Se trata de un dispositivo muestral que sirve al investigador para hacer operativa una selección de entrevistados que sea suficientemente heterogénea con respecto a variables relevantes. Constituye, en definitiva, una ficha técnica de la entrevista.

En función de los objetivos de nuestra investigación, seleccionaremos **casos que representen a la mayoría** en sentido estadístico (moda), **casos destacados, excelentes o marginales** (tipos polares) o **casos clave**, que corresponden con entrevistados únicos.



Además tenemos que tener en cuenta las **limitaciones** principales que pueden rebajar la disposición y disponibilidad de los afectados. Entre ellas se encuentran la **falta de tiempo**, el **temor** a que la información trascienda y se vuelva en su contra, la **autocensura** y el **trauma** o sentimiento desagradable que se revive el rememorar algunas experiencias. A estas se le unen otros tantos limitadores derivados de la incapacidad relativa de la persona entrevistada para comunicar la información. Estos son problemas relacionados con el **olvido**, la **confusión cronológica** y el exceso de **generalización** (falta de concreción en el relato). Tanto unos limitadores como otros han de tenerse en cuenta a la hora de seleccionar a las personas que se va a entrevistar.

Otra de las cuestiones fundamentales es decidir el **tamaño muestral** de nuestro estudio. Para ello seguiremos el principio de la **saturación**. Esto significa que, aunque añadiéramos más entrevistados, no se encontrarían datos adicionales donde el investigador pueda desarrollar propiedades de la categoría. Conforme van apareciendo casos similares una y otra vez, el investigador adquiere la confianza de que una categoría está saturada.

### **3.2. Entrevistador, momento y lugar**

En algunas ocasiones es posible también seleccionar al **entrevistador**. Esta elección se ve condicionada por el tipo de entrevistado. Por ejemplo, si queremos obtener información de un grupo de mujeres árabes sobre sus hábitos sexuales, será imprescindible para el éxito de la investigación que la entrevistadora sea una mujer.

A la hora de escoger el **momento** y el **lugar** tendremos que tener en cuenta factores como la disponibilidad de los entrevistados, encontrar un momento en que ni el entrevistado ni el entrevistador tengan prisa (ni por asuntos de agenda ni por cuestiones más sencillas como que esté próxima la hora de comer o el cierre del edificio donde se produce la entrevista). Normalmente buscaremos un lugar que resulte cómodo para el entrevistado, que cuente con buena iluminación y ventilación y, sobre todo, donde no haya ruido, ya que es conveniente que las entrevistas se graben, al menos, en audio. Dependiendo de la unicidad de nuestro entrevistado, nos plantearemos realizar la entrevista en el lugar que él proponga.

### **3.3. Guion**

La **guía o guion** de la entrevista es el instrumento fundamental que necesitaremos para conducir la entrevista de manera satisfactoria. En este guion incluiremos los elementos imprescindibles de nuestra investigación, que sirven de contexto para la entrevista. El entrevistador decide si le comunica la totalidad de estos elementos a los entrevistados o no, pero, en cualquier caso, es muy importante que los tenga siempre presentes.

En el guion, por lo tanto, se incluirán los **puntos, temas y subtemas** que se van a tratar según los **objetivos** de nuestra investigación, así como un posible **análisis** que se haya hecho previamente del problema sobre el que se va a investigar. En función del tipo de entrevista se podrán incluir en el guion distintos tipos de **preguntas** (ver apartados anteriores), el **orden** en el que se van a preguntar, una lista de **elementos ausentes** en caso de que este realizando, por ejemplo, una entrevista de seguimiento, o una lista de **respuestas**, que bien pueden ser las que haya dado el entrevistado en una encuesta o entrevista previa o sugerencias de respuesta en caso de que nuestra entrevista sea muy estructurada.

Las **áreas temáticas** de nuestra entrevista pueden ser descriptivas o exploratorias. Si son **descriptivas** tratarán del fenómeno concreto que estamos estudiando y se plantearán preguntas sobre hechos concretos. Si son áreas **exploratorias** indagaremos sobre sentimientos, motivaciones, valores, actitudes, etc. Por supuesto, se pueden combinar ambas áreas temáticas. En ese caso, es preferible empezar por las descriptivas para calentar el ambiente y crear un buen clima de confianza.

Pero, ¿cómo conseguimos **elaborar el guion**? Primeramente tendremos que decidir qué **áreas temáticas** debemos incluir en función de nuestro objeto de estudio, y aclarar que están bien definidas y no presentan ambigüedades ni solapamientos en la medida de lo posible. Contar con unas áreas temáticas bien definidas nos ayudará enormemente en la fase de análisis. A partir de las áreas temáticas elaboraremos un listado de **líneas de indagación** y, por cada línea prepararemos unas cuantas **preguntas**.

Al igual que ocurre con las encuestas, es importante **pilotar** las entrevistas por si necesitamos modificar, añadir o eliminar algún elemento, variar el enfoque o encontrar alguna técnica distinta para obtener información. Tras el pilotaje, se introducen las mejoras y se prepara la **versión definitiva**.

#### 4. EJECUCIÓN

El momento de ejecución o desarrollo de la entrevista es clave para cumplir con nuestro objetivo principal: que el entrevistado nos dé información. Para ello, como se ha mencionado anteriormente, es fundamental crear un **clima de confianza** que facilite la **comunicación**, y el entrevistador debe proyectar una **actitud positiva y receptiva**. Además, es importante que el lugar donde se realice, si es ajeno al entrevistado, sea lo más **acogedor** posible (buena iluminación, buena ventilación). No debemos olvidar que, en la mayoría de las ocasiones, **grabaremos** estas entrevistas, por lo que tenemos que procurar que el sitio donde estemos no sea ruidoso y no se produzcan interrupciones.

Al iniciar la entrevista, el entrevistador deberá **presentarse** de manera profesional y **explicar** claramente los objetivos y motivos de la entrevista. Debemos

recordar que se trata de una conversación y no de un interrogatorio, ya que lo que esperamos del entrevistado es que se exprese libremente. Sobre todo si estamos realizando una entrevista libre, será necesario en varias ocasiones que se retomen o **encaucen** los temas con palabras que incentiven y motiven al entrevistado, pero evitando ser adulator.

En realidad, realizar una **buena** entrevista cualitativa es un arte difícil. De hecho, el problema no consiste únicamente en obtener el consentimiento del entrevistado a ser entrevistado y a responder con sinceridad a una serie de preguntas. La parte más difícil está en **hacer hablar** al entrevistado, lograr provocar un **relato fluido** en el que el entrevistador se limite a escuchar y a realizar de vez en cuando alguna pregunta de aclaración o alguna intervención cauta para reconducir la conversación a los temas centrales. En numerosas ocasiones, nuestro objetivo consistirá en conseguir acceder, si no a lo más profundo, al menos al mundo de las emociones y de los sentimientos de la persona entrevistada, a sus más genuinos pensamientos.

De hecho, para obtener la **plena colaboración** del sujeto, el entrevistador debe lograr establecer con él una relación de confianza, no como profesional, sino como **persona**, lo que no resulta sencillo en una relación de límites temporales estrechísimos, que a menudo se agota con un solo encuentro. A estos factores se les suma la asimetría entre entrevistador y entrevistado. La situación se agrava peligrosamente si no hemos preparado el encuentro cuidadosamente, tal y como, desafortunadamente, ocurre en muchas entrevistas.

Es importante que recordemos que la entrevista cualitativa no es una mera obtención de información, sino un **proceso de interacción social** entre dos individuos. Por ello no resulta fácil dar reglas generales de actuación, dado que su modo de desarrollarse está fuertemente influido por componentes subjetivos. Nos limitaremos, pues, a resumir aquí algunas **sugerencias**.

Para que el entrevistado acceda a conceder la entrevista, es necesario ofrecer una serie de **explicaciones preliminares**. En la primera toma de contacto con el entrevistado el problema principal lo constituye su **desconfianza** inicial y su **inseguridad** ante una situación nueva y desconocida. Una vez se ha concedido y se celebra la entrevista este problema se mitiga porque el entrevistado ya tiene conocimientos sobre la investigación y sobre la entrevista en sí. Previamente ha habido un **proceso de acercamiento** (carta de presentación, llamada telefónica solicitando una cita, a veces presentación por parte de un conocido, etc.), lo que es posible gracias al menor número de contactos necesarios en la entrevista cualitativa respecto a la encuesta con cuestionario, lo que permite cuidar más cada caso.

Además, al tratarse, normalmente, de una entrevista en profundidad, es necesario resolver todas las posibles **dudas** y motivos de desconfianza. Por lo tanto, en este caso, el problema con el que nos enfrentamos en el contacto inicial no consiste

tanto en superar la desconfianza del entrevistado como en **hacerle entender** qué es lo que queremos de él. Se tratará de **describirle** explícitamente el objetivo de la investigación, **explicarle** por qué le hemos escogido a él y por qué le haremos determinadas preguntas que pueden ser personales, **justificar** en su caso el hecho de que grabemos la conversación, etc.

Además del tipo de preguntas que se utilizan para obtener información y que se han descrito anteriormente, existe otro tipo: las **preguntas exploratorias**. Una entrevista no consiste simplemente en plantear una determinada pregunta y registrar la correspondiente respuesta. La parte esencial del bagaje técnico del entrevistador está constituida por una serie de instrumentos dirigidos a descubrir y a poner de relieve las **posiciones reales** del entrevistado, incluso las más ocultas y menos explícitas. Una típica intervención en esta dirección consiste en el empleo de las denominadas preguntas exploratorias. Éstas no son verdaderas preguntas, sino **estímulos** que tratan de ser **neutrales** y que tienen como función animar al entrevistado a continuar, a que no esté a la defensiva, a profundizar en la cuestión, a dar más detalles. Se trata de intervenciones caracterizadas por la no directividad, a través de las cuales se intenta hacer hablar al sujeto, limitándose el entrevistador a estimular su iniciativa, sin influir en él, dejando que sea el propio entrevistado quien elija los temas en los que hay que profundizar y la forma de exponerlos, siguiendo el hilo de su razonamiento más que respondiendo a las preguntas.

Podemos distinguir diversas maneras de formular estos estímulos:

**Repetición de la pregunta:** A veces basta con repetir la pregunta, bien formulándola de forma distinta, o bien haciendo hincapié en determinadas palabras.

**Repetición de la respuesta** o de una síntesis de las últimas respuestas (acción «eco»): En este caso se trata de retomar las últimas respuestas del entrevistado, con sus palabras o con una síntesis nuestra, para invitarlo a profundizar en ellas o a aclararlas.

**Recapitulación:** Es una táctica un poco más elaborada que la repetición de la respuesta. Mientras que en la anterior se repetía literalmente o parafraseando, en esta ocasión se realiza un resumen de un fragmento de discurso sensiblemente más largo. El resumen presenta los datos de manera cronológica.

**Estímulo**, expresión de interés (escucha activa): En este caso el entrevistador se limita a manifestar interés, con expresiones verbales o a veces incluso con simples gestos con la cabeza o bien con interjecciones como “a-ha”, en relación a todo lo que el entrevistado está contando. Para señalar su interés el entrevistador puede utilizar también un, “¿sí ...?” interlocutorio, que puede ser suficiente para animar al entrevistado a que prosiga con su narración.

**Pausa o silencio:** A veces dejar pasar algún segundo de silencio, sin preocuparse (por parte del entrevistador) de llenarlo enseguida por temor a crear malestar,

puede favorecer que se genere confianza por parte del entrevistado. Otras veces el momento de cierta incomodidad creada por la pausa hace que el entrevistado se sienta obligado a romper la situación retomando su narración con más detalles.

**Solicitud de aclaración o profundización:** A veces es necesario pedir al entrevistado más explícitamente que suspenda la narración, para aclarar o profundizar algún extremo.

**Lenguaje:** En la entrevista cualitativa el problema del lenguaje no se plantea en términos de claridad y comprensibilidad, como en la encuesta, ya que el estilo lingüístico de las preguntas puede variar en función del sujeto, adaptándose a las características del entrevistado. El problema del lenguaje se plantea en el sentido de que éste constituye el instrumento fundamental para establecer el clima de empatía, y por tanto de comunicación, entre entrevistador y entrevistado. El lenguaje proporciona tanto al entrevistador como al entrevistado indicios para entender qué tipo de persona es el propio interlocutor. Las primeras indicaciones que el entrevistado logra tener, para saber si el entrevistador es una persona muy parecida a sí mismo o muy distinta, serán proporcionadas precisamente por el lenguaje que el entrevistador utilice para presentarse, y para presentar el tema de la entrevista. Si el entrevistador y el entrevistado «hablan el mismo lenguaje», es muy probable que tengan experiencias parecidas, y por tanto es mucho más probable que puedan entenderse el uno al otro. Naturalmente no siempre es necesario (ni posible) que entrevistado y entrevistador hablen el mismo lenguaje. A menudo el entrevistador se presenta con la apariencia y el lenguaje propios de un investigador y como tal es aceptado, siempre que se muestre auténticamente interesado y el entrevistado pueda percibirlo como una persona que sabe comprenderlo. Aun así pueden darse situaciones en las que rija un clima de desconfianza o de consciente diversidad con respecto al mundo exterior, clima que puede vencerse únicamente si el entrevistador es percibido como una persona que puede entender ese mundo porque de alguna forma lo ha experimentado personalmente o por lo menos ha estado cerca de él.

**Cambiar de tema:** Cuando la entrevista va por unos derroteros que no interesan para la investigación, el entrevistador, de manera respetuosa y considerada y sin mostrar falta de interés, cambia el tema y lo reconduce hacia direcciones más productivas.

**Post entrevista:** Una vez que se ha dado por finalizada la entrevista puede que el entrevistador todavía quiera extraer algo más de información. En ese momento, quizá saliendo de la sala y, desde luego, una vez que se ha apagado la grabadora y se han guardado los cuadernos de notas, el entrevistador formula alguna pregunta más o profundiza en los temas que se han tratado. El entrevistador debe confiar en su memoria para retener los datos que se faciliten en ese momento.

**Papel del entrevistador:** Después de todo lo que hemos visto hasta aquí, resulta totalmente evidente que en la entrevista cualitativa el entrevistador desempeña un papel no sólo central, sino además determinante en el sentido literal de que determina el resultado de la conversación. Al respecto es necesario mencionar brevemente que desde el enfoque constructivista en la investigación social, la entrevista se entiende no como una operación de recogida de datos en la que el entrevistador registra las opiniones del entrevistado, sino como una relación dinámica en la que la entrevista se construye conjuntamente por el entrevistador y el entrevistado, y su resultado depende, en gran medida, del vínculo empático que se haya instaurado entre los dos interlocutores. En este contexto la función del entrevistador resulta compleja y no carente de contradicciones. Por una parte, está llamado a desarrollar una función activa de orientación de la entrevista, dirigiendo la comunicación hacia sus objetivos: el entrevistador premia de forma sistemática las respuestas completas y exhaustivas, pertinentes respecto a los objetivos de la entrevista, y tiende a desanimar las comunicaciones no pertinentes para estos objetivos. Sin embargo, al mismo tiempo, debe tener cuidado de que estas actitudes de animar y desanimar no se transformen, de simples limitaciones de campo, en alteraciones del pensamiento del entrevistado. Desplazándolo hacia temas más afines a los objetivos de la investigación, el entrevistador puede inducir al entrevistado a alejarse de la autenticidad de sus sentimientos, llegando a orientar sus respuestas.

Idealmente, cada entrevista se **graba** en audio y se **transcribe** para fines de análisis. Dado que transcribir puede tomar hasta cuatro veces el tiempo que duró la entrevista misma, la inversión en tiempo y coste también se incrementa. Además de grabar las entrevistas, uno ha de **tomar notas** para capturar puntos del relato hacia los cuales uno querrá regresar posteriormente en la entrevista o para localizarlos en el audio después de la entrevista. Tomar notas reflejará también nuestra cuidadosa forma de escuchar al participante.

En una situación ideal, se entrevista a cada participante **por separado** para que el entrevistado no se vea influenciado por los acompañantes u otros entrevistados, ya que es prácticamente imposible que los distintos entrevistados compartan una perspectiva única.

## 5. ANÁLISIS DE RESPUESTAS

El análisis de información puede realizarse de manera **estadística, discursiva, temática, etnográfica o como una reconstrucción histórica de hechos**. La **triangulación** de la información en el caso de las entrevistas no persigue el fin de verificar si los entrevistados tienen o no la razón sobre un hecho o episodio. El interés está en buscar diferentes perspectivas sobre el mismo asunto, profundizar en

el tema tratado por el entrevistado o contextualizar las experiencias de las personas. Cuando es posible, resulta interesante concertar un **nuevo encuentro** tras escuchar la grabación de la entrevista para **profundizar** en algunos aspectos de la entrevista inicial o formular temas importantes no tratados.

Se podría decir que el análisis ya comienza con el diseño de la investigación y de la propia entrevista, ya que va muy ligado a la escritura del guion. Podemos estructurar el análisis en **tres fases** fundamentales en función de cómo avanza la investigación: fase de formulación del problema, trabajo de campo y análisis intenso.

En la **primera fase** se organiza el conocimiento existente acerca del fenómeno que estamos investigando por temas, subtemas y preguntas y respuestas. El esquema inicial suele ser la base del índice del informe de investigación y el guion de análisis a partir del cual elaboraremos el guion de la entrevista.

La **segunda fase** tiene lugar durante el trabajo de campo. Conforme se desarrolla el trabajo de campo pueden cambiar las cosas y, según estos cambios iremos actualizando nuestro índice de temas.

Finalmente, la **tercera fase** es la más intensa ya que es la fase de análisis propiamente dicho. Se realiza una vez ha finalizado el trabajo de campo en torno a los siguientes **pasos**:

1. Se leen las transcripciones de las entrevistas y se pone un código a cada entrevistado.
2. Se codifican los resultados de cada entrevista según temas y subtemas.
3. Se reúnen todos los fragmentos de cada tema en una única sección sin perder la referencia de donde se encontraban en cada una de las entrevistas.
4. Una vez que las secciones están conformadas se sigue integrando contenido en cada una de ellas.
5. Se organizan las secciones en torno a los temas.
6. Se interpretan los resultados y se preparan para su presentación, bien por escrito (informes, artículos científicos...), bien de manera oral (comunicaciones en congresos, jornadas...).

Generalmente hay dos maneras fundamentales en que se puede llevar a cabo el análisis de las respuestas de las entrevistas. La primera de ellas es el **análisis de casos**. Siguiendo este método se presentan todas las respuestas de un mismo entrevistado y se comentan. Cuando se analiza más de un caso se procura seguir un esquema similar cimentado en categorías, aunque puede utilizarse como guion el simple listado de preguntas. Otra manera de llevar a cabo el análisis es mediante **categorías**. Éstas se construyen en torno a los temas, las áreas y subáreas o incluso las preguntas de investigación de nuestro estudio.

Por lo tanto, una vez que las entrevistas han sido efectuadas, grabadas y transcritas, llega el momento de analizarlas, interpretarlas y redactar el informe de investigación. El análisis de los datos procedentes de entrevistas cualitativas se centra en los **sujetos** y no en las variables, como sucede en la investigación cuantitativa. El criterio debe ser por tanto de tipo **holístico**, en el sentido de que el individuo es observado y estudiado en su totalidad, con la convicción de que cada ser humano (del mismo modo que cada episodio social) es algo más que la suma de sus partes (en este caso, las variables). El objetivo del análisis es comprender a las **personas**, más que analizar las relaciones entre variables.

La presentación de los resultados se produce según una perspectiva **narrativa**, en el sentido de que se desarrolla a través de relatos de episodios, descripción de casos, a menudo utilizando las mismas palabras de los entrevistados para no alterar el material recogido y transmitir al lector la inmediatez de las situaciones estudiadas. La forma estándar de proceder en la presentación de los resultados es la siguiente: se desarrolla un **razonamiento**, y para apoyarlo y explicarlo se reproduce un **fragmento** de entrevista.

Hay **tres enfoques fundamentales** que se pueden adoptar a la hora de analizar respuestas de entrevistas cualitativas: el enfoque sujeto-objeto, el enfoque objeto-sujeto y el enfoque sujeto-sujeto. Según el que escojamos se realizará un tipo de análisis u otro.

En el **enfoque sujeto-objeto**, lo que interesa al investigador es la obtención de respuestas cuantificables sobre un determinado asunto. El informante es secundario: Puede ser cualquier individuo seleccionado según algún criterio de aleatoriedad o representatividad numérica. El énfasis recae sobre el entrenamiento del entrevistador que debe colocarse a distancia respecto al entrevistado para así obtener informaciones estandarizables. Preguntas predefinidas y respuestas cerradas son características de este enfoque.

El **análisis estadístico** es el más apropiado para este tipo de enfoque. El uso de este tipo de análisis requiere de cuestionarios elaborados de tal forma que permitan cuantificar las respuestas, sea directamente como en el caso de preguntas pre-codificadas (si-no-NS/NR) o estableciendo categorías de análisis.

En el **enfoque objeto-sujeto** lo que le interesa al investigador es aprender el tema o situaciones propuestas por los sujetos. El material de la entrevista se trata según los **temas** que surgen del propio contenido obtenido de la entrevista. En este enfoque no existen ítems o categorías predeterminadas.

En el **enfoque sujeto-sujeto** la entrevista se define como una interacción verbal que permite la obtención de discursos entre sujetos determinados socio-históricamente. El discurso se obtiene con pocas interferencias del entrevistador, por medio de intercambios verbales poco estandarizados. Los intercambios lingüísticos reali-



zados en el proceso son el objeto de análisis, en especial las transferencias y contra-transferencias. Las primeras corresponden a las reacciones del investigado frente al investigador, que revelan sus historias de vida. Las segundas son las deformaciones que afectan a nuestra percepción como entrevistadores, relacionadas con el entrevistado y con el material entrevistado.

El **análisis del discurso** rompe con las regularidades y el orden de los procedimientos usuales de tratamiento de la información obtenida a través de entrevistas. El desafío esencial es el de construir interpretaciones sin necesidad de neutralizarlas. El análisis se realiza después de que todas las entrevistas se han completado. Se estudian las respuestas a cada cuestión de manera conjunta y cada pregunta puede ser considerada categoría.

El **análisis de contenido** puede dividirse en dos tipos: manifiesto y latente. En el análisis de contenido **manifiesto**, el investigador busca palabras específicas o ideas expresadas, que se registran y usan para generar estadísticas sobre el contenido de los datos. Sin embargo, la validez es baja y carente de significado para el investigador cualitativo en tanto que el contexto de las palabras no se tiene en cuenta.

El análisis de contenido **latente** es el proceso de identificar, codificar y categorizar patrones primarios en los datos. Aquí el investigador busca el significado de pasajes específicos en el contexto de todos los datos y determina la categoría apropiada. Este tipo de análisis se usa en la indagación cualitativa. El análisis latente tiene mayor validez que el análisis manifiesto, ya que permite codificar las intenciones de los participantes y no solo las palabras.

El primer paso del análisis de contenido es **codificar los datos**. Codificar puede definirse como el proceso de identificar palabras, frases, temas o conceptos dentro de los datos de manera tal que los patrones subyacentes puedan ser identificados y analizados. Codificar no es el proceso de asignar etiquetas o categorizar datos. Mediante la codificación el investigador simplemente se familiariza con los datos y empieza a organizar la información.

Al iniciar la codificación, **el investigador lee totalmente los datos, los lee de nuevo, subraya secciones del texto y hace comentarios al margen observando todo aquello que es sobresaliente**. Estos comentarios pueden incluir impresiones generales, puntos de interés, planes para trabajar con los datos, etc. Después de la codificación, los datos están listos para ser categorizados.

Volviendo a los datos de nuevo, el investigador **recorta las secciones** subrayadas del texto y las **agrupa en categorías**, en archivos separados o carpetas. A fin de incluir todos los datos de una manera significativa y manejable, el número de categorías no debe ser mayor de 10 o 15. A veces el mismo trozo de datos puede encajar en dos categorías diferentes. Cuando esto sucede, el investigador hace una

referencia cruzada de esos datos en la otra categoría, o bien hace una copia de ellos y los coloca en ambos archivos.

Una vez que los datos han sido categorizados, el investigador toma cada archivo y lee a través de los recortes. Se pueden crear **subcategorías** si emergen y son claras, y se dibuja un **diagrama de árbol** para ilustrar las relaciones entre categorías y subcategorías.

A menudo surgen **casos negativos**. Estos son datos que difieren de aquello que la muestra, en su mayoría, está diciendo. Cuando un caso negativo aparece, el investigador debe buscar casos similares. Si no se encuentra ningún otro caso similar, el caso inicial se considera una anomalía. Si se identifican casos similares, se codifican y surge una nueva categoría, que se suma al diagrama de árbol.

Todos los datos se tienen que considerar y representar. Una vez que el investigador está satisfecho con las categorías que representan los datos, se escribe un **resumen** para cada categoría y subcategoría.

Las categorías se juzgan entonces mediante dos criterios: **homogeneidad interna y homogeneidad externa**. La primera se refiere a las categorías individuales mientras que la segunda tiene que ver con las relaciones entre las categorías.

Las categorías deben tener varias cualidades:

- Todas las partes de los datos están **incluidas**. Los datos únicos se han investigado (casos negativos).
- Las categorías tienen **sentido** y dan una imagen de la **totalidad** de los datos.
- Las categorías se ha etiquetado usando el mismo **lenguaje** que en los datos (Si los burócratas usan la palabra “cansancio”, la categoría se llama “cansancio” y no “fatiga”).
- Las categorías tienen sentido también para **otros investigadores (validez externa)**. El investigador debe validarlas presentándoselas a sus colegas. Aunque otro investigador puede que o llegue a las mismas categorías, la forma en que se construyeron y la razón para crearlas deben ser claras.
- Las categorías deben tener **validez interna**: deben ser creíbles para las personas que proporcionaron la información. El investigador debe releer los datos pensando en las categorías y plantearse si son representativas de cada parte de los datos.

Al integrar las categorías, el investigador retorna a un nivel superior al considerar los datos y hallar **temas**. El investigador debe plantearse las siguientes cuestiones:

- ¿Cómo se relacionan las categorías?
- ¿Qué patrones básicos se encuentran recurrentemente en los datos?
- ¿Qué conclusiones pueden trazarse?

El objetivo es ir hacia un nivel más elevado de análisis al descubrir las relaciones entre las categorías y encontrar tramas o temas comunes entre los datos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Pretty, J., Guij, I., Thompson, J., Scoones, J. (1995). *Participatory learning & action. A trainer's guide*. IIED, Londres: Participatory Methodology series.
- Novais da Mata Machado, M. (2002). *Entrevista de Pesquisa. A interação pesquisador/entrevistado*, Belo Horizonte: Editora Arte.
- Mayan, M. J. (2001). *Una Introducción a los Métodos Cualitativos. Módulo de Entrenamiento para Estudiantes y Profesionales*, Alberta: Qual Institute Press.
- Vallés, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid, Síntesis.
- Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga: Edición Aljibe.
- Ruiz Olabuenaga, J. I. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- Creswell, J. (2008). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications, Inc; 3ra edición.
- Johnson, R. B., Christensen, L. B. (2004). *Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches*. Boston: Allyn and Bacon.

