

5.1.- LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

“La entrevista nace de una ignorancia consciente por parte del entrevistador quien, lejos de suponer que conoce, a través de su comportamiento exterior, el sentido que los individuos dan a sus actos, se compromete a preguntárselo a los interesados, de tal modo que éstos puedan expresarlo en sus propios términos y con la suficiente profundidad para captar toda la riqueza de su significado”.

Ruiz Olabuenaga, J.I.: *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao, 1996, pag. 171

La entrevista en profundidad o, como algunos investigadores/as la denominan, el estudio de caso¹, es la entrevista profesional que se realiza entre un entrevistador/a y un informante con el objeto de obtener información sobre la vida, en general, o sobre un tema, proceso o experiencia concreta de una persona. A través de la entrevista en profundidad, el entrevistador/a quiere conocer lo que es importante y significativo para el entrevistado/a; llegar a comprender como ve, clasifica e interpreta su mundo en general o algún ámbito o tema que interesa para la investigación, en particular².

Es una conversación que se realiza entre dos, y solo dos, personas. La intimidad y complicidad que exige la entrevista en profundidad se romperían si ésta se realizara con más de un entrevistador/a ya que tanto el nivel de dependencia-sumisión como el de inseguridad se acentuarían, siendo un obstáculo para crear un clima de confianza que permita la obtención de respuestas válidas. Por otro lado, hay que tener en cuenta que un entrevistador/a difícilmente podría entrevistar a más de una persona al mismo tiempo ya que, además de crear confusión, no estaría asegurado el anonimato que exige la técnica. En este sentido, las entrevistas en profundidad son “encuentros reiterados, cara a cara, entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias y situaciones, tal como las expresan con sus propias vidas”, en las cuales el

¹Stake, R.E.: “Case Studies” en Denzin, N.K. y Lincoln, Y.S. (Edit.): *Handbook of Qualitative Research*. Sage, London, 1994, pags. 236-247.

²Selltiz, C., Wrightsman, L.S. y Cook, S.T.: *Métodos de investigación en las relaciones sociales*, Edit. Rialp, Madrid, 1980, pags. 151-153.

entrevistador/a, lejos de asimilarse a un robot recolector de datos, es el instrumento de la investigación y no lo es un protocolo o formulario de entrevista”³.

Son muchas las ocasiones en las que el investigador/a en ciencia política utiliza la entrevista en profundidad. Concretamente, la entrevista en profundidad es una técnica muy utilizada para el análisis de todos los aspectos relacionados con la toma de decisiones: ¿Cómo se toman las decisiones? ¿dónde se toman? ¿por quién se toman? La complicidad e intimidad que crea la entrevista en profundidad es un contexto adecuado para obtener respuestas a este tipo de preguntas.

5.1.1.- Tipos de entrevistas en profundidad

Las entrevistas en profundidad pueden clasificarse en base a si buscan analizar muchos temas de forma general o se ciñen a un tema concreto y en base al control que impone el entrevistador/a sobre el entrevistado/a:

- Por una parte podemos diferenciar entre **entrevistas en profundidad holísticas**; esto es, aquellas que están interesadas en todos los aspectos y puntos de vista concernientes al entrevistado/a y las entrevistas que tienen por objetivo el análisis de una actividad, tema o acontecimiento concreto. Siguiendo a Merton, a esta segunda forma de entrevista se la denomina **entrevista enfocada** (focused interview); es decir, son las entrevistas que se “concentran en el esclarecimiento de determinados aspectos de una situación o estímulo en función de las experiencias subjetivas o respuestas de un grupo de personas en el marco de un tratamiento homogéneo”⁴.

- Por otra parte podemos diferenciar entre **entrevistas dirigidas y no dirigidas**. En un extremo tenemos el tipo de entrevistas en las que toda la iniciativa la lleva el entrevistado/a y, por lo tanto, el entrevistador/a se debe acomodar a los ritmos, desarrollos y variaciones posibles del entrevistado/a y en el otro las entrevistas en las que el entrevistador/a lleva toda la iniciativa de la entrevista y, por lo tanto, selecciona

³ Ruiz Olabuenaga, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana*. Univ. de Deusto, Bilbao, 1989, pag. 126.

⁴Flacso: “Entrevista focalizada” en *Diccionario Unesco de Ciencias Sociales*. Aguilar, Madrid, 1975, pags. 796-797.

el ritmo de la misma, las preguntas y los temas de los que se va a hablar así como el orden de las mismas y que el entrevistado/a no puede variar.

En base a estos dos criterios nos encontramos con cuatro grande tipos de entrevistas en profundidad: La entrevista holística y dirigida, la entrevista holística y no dirigida, la entrevista enfocada y dirigida y la entrevista enfocada y no dirigida.

			NIVEL DE GENERALIDAD	
			HOLÍSTICO	ENFOCADO
NIVEL DE CONTROL POR PARTE DEL ENTREVISTADOR/A	DIRIGIDA	Entrevista holística y dirigida	Entrevista enfocada y dirigida	
	NO DIRIGIDA	Entrevista holística y no dirigida	Entrevista enfocada y no dirigida	

El tipo de entrevista en profundidad más utilizado en Ciencia Política es la entrevista enfocada tanto dirigida como no dirigida.

5.1.2.- Ventajas y desventajas de la entrevista en profundidad

Ventajas

1.- Es una técnica muy útil cuando se trata de analizar temas que exigen un gran anonimato. Por ejemplo, en temas relacionados con las estructuras latentes de una institución (¿quién toma las decisiones?), cuando se quiere analizar temas de carácter íntimo (procesos de socialización política), relacionados con tabúes (voto a partidos de extrema derecha) o con la clandestinidad (grupos terroristas). Cuanto más se acerque el tema a investigar a aspectos personales o difíciles de analizar de forma manifiesta, más recomendable es utilizar la entrevista en profundidad.

- 2.- Permite conocer en profundidad los temas y obtener información muy rica.
- 3.- Es una técnica muy válida cuando tenemos muy poca información sobre un tema y queremos hacer una investigación explorativa.

Desventajas

- 1.- El entrevistado/a puede tener problemas para manifestar sus puntos de vista respecto de un tema concreto. La gente puede tener dificultades para recordar y expresar detalles, datos y concreciones sobre un tema.
- 2.- El investigador/a está bajo el poder del entrevistado/a; depende completamente de él o de ella para llevar a cabo la investigación. En este sentido, puede ocurrir que el entrevistado/a no quiera dar información relevante o no sepa como expresarla por lo que el investigador/a se puede quedar sin información. Unida a esta dependencia, es necesario señalar que es el entrevistado/a el que determina lo que es importante y lo que es secundario.
- 3.- En la medida que en la entrevista participa un entrevistador/a, el método incide en el tema que se analiza. Esto es, la influencia del entrevistador/a puede afectar a la validez de los resultados.

5.1.3.- Algunas reglas para hacer entrevistas en profundidad

La filosofía que está en la base de las entrevistas en profundidad es que a través del análisis del comportamiento externo de las personas no podemos conocer el significado exacto y profundo que éstos dan a sus comportamientos por lo que necesitamos entrevistar a las personas.

En base a este punto de vista, debemos comenzar haciendo preguntas generales, que al igual que el resto de las preguntas que componen la entrevista, han sido previamente preparadas y escritas en un guión que dirigirá la entrevista, nos ayudará a controlar el tiempo y nos permitirá discernir entre lo que es importante y secundario para la investigación.

5.1.3.1.- El guión de la entrevista en profundidad

En base a las hipótesis y teorías de partida, el entrevistador/a tiene que llevar escritas en un guión las preguntas o temas que considera interesante analizar señalando el tiempo que dedicará a cada grupo de preguntas o temas.

El guión debe comenzar con una introducción en la que se especifican el objetivo de la investigación, la utilización que se hará de los datos, la razón de utilizar la entrevista en profundidad como técnica de investigación, el patrocinador y/o impulsor de la investigación si lo hay, el tiempo aproximado que durará la entrevista y cualquier aspecto que pueda ser importante para que el entrevistado/a se sienta confiado con la entrevista desde un principio.

Después de la introducción, se irán presentando los temas, preguntas o aspectos que considere importantes sin olvidarse del tiempo que ha programado para cada área temática ya que un uso desequilibrado del tiempo podría impedir desarrollar todos los temas que se desean abordar en el tiempo que se dispone para la entrevista (normalmente entre una y dos horas).

Hay que señalar que el guión es un únicamente mapa de referencia que utilizaremos para no perdernos durante la entrevista. En este sentido, tenemos que aceptar y respetar el hecho de que el entrevistado/a adopte una dirección diferente a la que habíamos previsto en el guión hablando sobre temas no incluidos o alterando el orden de las preguntas. Eso sí, aún alterando el ritmo y el orden de las preguntas, tendremos que intentar hablar de todos los temas importantes que habíamos previsto en un principio volviendo, en la medida de lo posible y de forma muy sutil, a los temas no analizados.

Con la ayuda del guión, nos acercaremos al mundo de significados del entrevistado/a poco a poco. En un principio utilizando preguntas generales y, a medida que transcurre la entrevista, introduciéndonos en el significado profundo que atribuye a sus

comportamientos, vivencias y experiencias. Al igual que un embudo, iremos de preguntas generales a preguntas concretas. La entrevista se irá concretando y las respuestas del entrevistado/a se volverán más ricas y llenas de significado.

La entrevista en profundidad busca la subjetividad por lo que el entrevistador/a debe dejar de lado la postura objetiva y neutral y adoptar una postura de empatía hacia el entrevistado/a. Es más, si el entrevistado/a exige el punto de vista del entrevistador/a este debe darlo sin miramientos.

Esta postura de empatía no significa que el entrevistador/a no deba verificar las informaciones dadas por el entrevistado/a. El entrevistador debe tener una postura de empatía hacia el entrevistado/a pero controlando lo que se está diciendo. Si bien debe haber sitio para los sentimientos, éstos se deben mezclar con la información más concreta y fidedigna posible, controlando, en cada momento la información que se ofrece. Una relación de amistad no significa que la relación no deba ser profesional.

Por otra parte, el entrevistador/a no puede preguntar lo que quiera y cuando lo quiera. Si así lo hiciera, rompería la relación que se establece entre el entrevistador/a y el entrevistado/a. Relación que es la base para obtener respuestas llenas de significado.

5.1.3. 2.- Los procesos de la entrevista en profundidad

Los procesos que aparecen en cualquier entrevista en profundidad son tres: El proceso de interrelación, el proceso de obtención de la información y el proceso de registro de la información.

5.1.3.2.1.- El proceso de interrelación

La entrevista en profundidad es un proceso en el que interactúan dos personas y en la que se da un intercambio de información. El entrevistador/a ofrece deseos de saber, motivación para responder, confianza y la seguridad de que los datos y la información ofrecida no van a ser utilizados indebidamente y el entrevistado/a, por su parte, ofrece información para la investigación. Como señalan Ruiz Olabuenaga y Marian Ispizua “La entrevista es, por definición, un acto de interacción personal, espontáneo o

inducido, libre o forzado, entre dos personas, entrevistador y entrevistado, en el cual se efectúa un intercambio de comunicación cruzada, a través de la cual, el entrevistador transmite interés, motivación, confianza, garantía y el entrevistado devuelve, a cambio, información personal en forma de descripción, interpretación y evaluación”⁵. Sin duda alguna, la empatía entre entrevistador/a y entrevistado/a es la condición necesaria, aunque no suficiente, para que se de una verdadera comunicación y por lo tanto, para obtener la información necesaria para la investigación. Hay una serie de reglas que pueden ayudar a conseguir esta empatía:

- Tal y como hemos señalado anteriormente, el entrevistador/a debe presentarse señalando tanto las razones y los objetivos de la entrevista como la utilización que hará de la misma. Además de garantizar el anonimato deberá señalar cualquier dato que pueda ser interesante para el entrevistado/a (quien paga la investigación, cual es la razón de utilizar la entrevista en profundidad como técnica, por que se ha elegido al entrevistado/a, cuanto tiempo durará la entrevista...). Al mismo tiempo, se debe pedir permiso para grabar la entrevista y señalar el tiempo aproximado que durará. Con esta primera relación el entrevistador/a debe asegurar el interés y la confianza del entrevistado/a.

- La entrevista comenzará cuando el entrevistador/a acepte las condiciones de la entrevista. Hay que señalar que las entrevistas que comienzan de forma forzada por parte del entrevistado/a suelen dar resultados pobres, en la mayoría de los casos. En este sentido, si se observa que el entrevistado/a ha comenzado la entrevista sin motivación, de forma forzada o por mero compromiso es mejor darla por terminada desde un principio.

- El entrevistado/a debe convencer del valor, la utilidad y del interés de la investigación. Esto no significa, sin embargo, que el entrevistador/a deba aceptar una posición de sumisión respecto del entrevistado/a. “La concesión de una entrevista no puede ser aceptada como un acto de limosna, compasión o generosidad hacia el entrevistado/a. Éste no puede iniciar su trabajo ni en condición de fuerza o superioridad, ni en condiciones de debilidad y sumisión. De ahí que la entrevista exige un marco de cierta

⁵ Ruiz Olabuenaga, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag. 131.

familiaridad, carente de actitudes tanto invasoras como, al contrario, servilistas”⁶. El entrevistador/a no debe dudar en terminar la entrevista si observa que el entrevistado/a no se esta tomando en serio la entrevista.

- El entrevistado/a es el que pone las condiciones en las que se va a realizar la entrevista; esto es, dónde, cómo, qué día y a qué hora se va a realizar. Es necesario que el entrevistado/a esté cómodo en el papel que le toca ya que, de lo contrario, se puede crear una situación de consecuencias negativas tanto para la aceptación de la entrevista como para el desarrollo de la misma.

- En base a la dirección que adopta la entrevista, el entrevistador/a debe estar preparado tanto para terminar la entrevista como para no profundizar demasiado en temas que pueden herir al entrevistado/a. Se debe evitar obtener información a cualquier precio aunque ésta sea importante para la investigación.

- El entrevistador/a no debe profundizar en el tema con demasiada rapidez. Debe evitar realizar preguntas demasiado directas o provocativas. No puede mostrarse en contra de las actitudes y comportamientos del entrevistado/a ni criticarlo. Si así lo hiciera, la entrevista en profundidad adquiriría la forma de un interrogatorio fiscal o policial, lo que iría en perjuicio la empatía necesaria para la buena marcha de la entrevista. Como se ha dicho en repetidas ocasiones, una buena relación basada en el respeto es imprescindible para comunicarse y crear la empatía necesarias para realizar una buena entrevista en profundidad.

- Las respuestas y comentarios del entrevistador/a deben realizarse de forma correcta. Si criticar pero sin halagar. Al hacer comentarios, hay que estar seguro de que no se va a cambiar la dirección de la entrevista ni se va a obstaculizar el discurso del entrevistado/a.

- Junto a esto hay que tener en cuenta que la comunicación no verbal tiene una gran importancia en las entrevistas en profundidad. A través de la comunicación no verbal le informamos al investigador/a que nos interesa o que estamos entendiendo lo que nos

⁶ Ruiz Olabuenaga, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag. 132.

está transmitiendo. En este sentido, el investigador/a tiene que tener mucho cuidado con sus gestos, su manera de sentarse, su tono de voz y sus posturas ya que a través de los mismos está expresando interés, aburrimiento, cansancio, satisfacción etc. En este sentido, el entrevistador/a puede utilizar una serie de tácticas relacionadas con la comunicación no verbal para impulsar la comunicación:

a.- Mirar al entrevistador/a de forma natural, directa y de forma continua. Si el entrevistador/a mira a otro lado mientras el entrevistado/a esta hablando, paraliza la comunicación no verbal que se realiza a través de los ojos y, por lo tanto, obstaculiza la comunicación.

b.- Es importante mostrar naturalidad en los gestos y movimientos. Éstos deben mostrar que se sigue con interés la entrevista.

c.- El entrevistado/a debe saber estar callado. En la medida que el silencio es una manera de comunicarse, hay que saber respetar los silencios del entrevistado/a.

- Al mismo tiempo que mostrar interés por la información que ofrece el entrevistado/a, el entrevistador/a debe intentar comprender todo lo que éste le comunica. El entrevistado/a debe meterse dentro del entrevistado/a. Como señalaba Max Weber, debe comprender interpretativamente al entrevistado/a⁷ y, para eso, es imprescindible una situación de empatía y de tranquilidad. “El entrevistador, no es un mudo jugador de póker, por muy astuto que sea, sino un comedido participador de información, que no viene a imponer su personalidad o juicio personal, pero que tampoco los niega ni los disimula”⁸. El entrevistado/a es una persona que tiene sentimientos por lo que el entrevistador/a debe tener en cuenta los siguiente consejos:

1.- Si el entrevistado/a se muestra afectado o afligido el entrevistador/a debe mostrar sentimientos. Como hemos señalado anteriormente, el entrevistador/a no es un espejo objetivo y neutral sino que una persona que se implica por completo en la entrevista.

⁷Para que la comprensión interpretativa sea una comprensión explicativa, requiere conocer los motivos de la acción, entendiendo por tal “un complejo de significado subjetivo que le parece al actor mismo o al observador, una causa adecuada para la conducta en cuestión”. Weber, M.: *Economía y Sociedad*. FCE, México, 1979, pag. 11.

⁸ Ruiz Olabuenaga, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag. 134. pag.

- 2.- El entrevistador/a tiene que resumir los sentimientos del entrevistado/a, para mostrar que esta comprendiendo la información que está recibiendo.
- 3.- El entrevistador/a debe ser lo suficientemente inteligente para no obligar al entrevistado/a a hablar sobre temas que no quiere.

5.1.3.2.2.- El proceso de obtención de información

La interrelación que se establece entre entrevistador/a y entrevistado/a es la base para la obtención de la información. Es lo que va a permitir conocer las experiencias y significados profundos del entrevistado/a. En el proceso de obtención de la información hay que seguir una estrategia que tiene tres dimensiones concretas: El lanzamiento de las preguntas, el relanzamiento de la entrevista y la fiabilidad o control.

a.- El lanzamiento de preguntas: El lanzamiento de las preguntas será diferente al comienzo y durante el desarrollo de la misma.

- Durante el comienzo de la entrevista: La información se obtendrá mediante el lanzamiento de preguntas o temas respecto de los que se quiere obtener información. En un principio se lanzarán preguntas generales que permitan un comienzo sin sobresaltos y den lugar a una situación relajada y de confianza. Esto exige reflexionar profundamente sobre las características de la primera pregunta. Estos consejos pueden ser de utilidad a la hora de formular esta primera pregunta:

- Se evitarán preguntas que den lugar a respuestas como si o no, fechas o lugares concretos, etc. ya que son preguntas que no permiten el desarrollo de la entrevista.
- No se utilizaran preguntas que comiencen por qué, cómo, cuándo y porqué ya que el entrevistado/a puede responder una cosa concreta y hay peligro de bloquear la entrevista.
- La primera pregunta o tema que se lanza al entrevistado/a no debe crear ningún tipo de problema o conflicto; no debe introducir al entrevistado/a bruscamente en el tema.

- Es recomendable que la primera pregunta sea abierta. Esto no significa que se tengan que hacer preguntas confusas o ambiguas ya que pueden crear confusión al entrevistador/a obstaculizar la entrevista.

- Hay que evitar preguntas sesgadas. Esto es, aquellas preguntas que señalan al entrevistado/a lo que debe responder.

- **Durante el desarrollo de la entrevista:** Una vez que hemos formulado la pregunta inicial, el entrevistador/a irá lanzando preguntas más concretas. Ira de preguntas y temas generales a lo concreto, de lo superficial a lo profundo, de lo impersonal a lo personal y cada vez que se agote un tema, tendrá preparado otra pregunta o tema para seguir con la entrevista.

En este proceso de obtención de información, el entrevistador/a debe ser capaz de recoger y entender toda la información que ofrece el entrevistado/a, detectar los aspectos que más importancia tienen, saber profundizar en los mismos y sacar adelante los temas bloqueados.

De vez en cuando, el entrevistador/a debe hacer resúmenes para mostrar que va entendiendo la información. Esto ayudara al entrevistador/a a arreglar malentendidos o aclarar aspectos que no han quedado claros y al entrevistado/a a estructurar y a valorar sus propias vivencias y pensamientos.

b.- El relanzamiento de la entrevista: La dinámica de la entrevista suele paralizarse o bloquearse muchas veces. Entre otras razones, porque el tema se ha terminado, el entrevistado/a esta cansado, porque no quiere hablar más sobre un tema concreto o porque tiene problemas para expresar sus puntos de vista.

En estas situaciones de bloqueo el entrevistador/a debe impulsar o relanzar la entrevista intentando motivar de nuevo al entrevistado/a. Tal y como señalan Ruiz Olabuenaga y Marian Ispizua, existen diferentes técnicas para relanzar la entrevista⁹:

⁹Ruiz Metodolog, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag. 141.

- **El silencio:** Se utiliza cuando queremos saber más; esto es, para mostrar deseo de conocimiento. En este sentido, la comunicación no verbal es muy importante para mostrar interés por la información que nos ofrece el entrevistado/a. Con el silencio del entrevistador/a el entrevistado/a tiene tiempo para descansar, ordenar las ideas y buscar nuevos temas e ideas de los que hablar.
- **El eco:** consiste en repetir la última frase, palabra o idea. Con el eco pedimos al entrevistado/a que prosiga con su discurso.
- **El resumen:** Con el resumen señalamos al entrevistado/a que estamos comprendiendo lo que nos dice. Al mismo tiempo, el entrevistado/a se percató de los temas de los que no ha hablado y ofrece más datos en la entrevista.
- **El desarrollo:** Concretamos, aclaramos, profundizamos en los temas de los que se ha hablado para ayudar y animar al entrevistado/a a que siga con su discurso.
- **La insistencia:** Sin mostrar demasiada insistencia (podría ser interpretado negativamente por el entrevistado/a), se repite la pregunta realizada al principio. Con esto conseguimos que el entrevistado/a desarrolle mejor el tema en cuestión evitando posibles malos entendidos y fallos en la información.
- **La cita entresaca:** Por su relevancia o importancia se selecciona un dato, idea o una cita del entrevistado/a. Con esto le presentamos la oportunidad de desarrollar esa idea con lo que abrimos la posibilidad de obtener más información.
- **El frigorífico:** cuando un tema se ha terminado o el entrevistado/a está bloqueado, el entrevistador/a recurre al guión en busca de un tema nuevo para desarrollar la entrevista.
- **El descanso:** Consiste en ofrecer un descanso (un café, contar una anécdota, un chiste...) al entrevistado/a con objeto de tranquilizar la situación cuando la entrevista se ha cargado de tensión. Unos minutos son suficientes para tranquilizar la situación y proseguir con la entrevista.
- **La distracción:** si observamos que el entrevistado/a se encuentra nervioso o a disgusto hablando de un tema, habrá que cambiar o aligerar la profundidad del tema con ánimo de recobrar el equilibrio en la entrevista.
- **La estimulación:** consiste en recurrir a la memoria del entrevistado/a para recordar anécdotas, detalles o datos olvidados. Esto posibilita motivar y enriquecer la entrevista.

- **La posposición:** Si observamos que la situación de bloqueo del entrevistado/a es insuperable, es necesario posponer la entrevista para otro día. La propuesta de lugar, fecha y hora tendrá que tener ser preparada de antemano por el entrevistador/a.

Estas técnicas buscan el relanzamiento de la entrevista. Lo más importante es saber seleccionar la técnica más adecuada en cada momento. No podemos olvidar que no se han de forzar ni violentar nunca los silencios y los momentos de bloqueo del entrevistado/a ya que podrían obstaculizar, aún más, el buen desarrollo de la entrevista.

5.1.3.2.3.- El proceso de registro de la información

El tercer proceso de la entrevista es el del registro o recogida de la información. Las entrevistas de este tipo exigen la concentración tanto del entrevistador/a como del entrevistado/a. Esto supone que hay que obstaculizar lo menos posible la concentración del entrevistado/a cuando se recoge o registra la información. Teniendo en cuenta este aspecto, habrá que elegir un buen lugar y un buen sistema grabar la información.

a.- La técnica para el registro de la información

- Se pueden utilizar tanto videocamaras como grabadoras de voz. Hay que tener en cuenta, de todas formas, que este tipo de aparatos pueden bloquear la espontaneidad del entrevistado/a ya que muchos entrevistados/as pueden no sentirse cómodos ante los mismos. Si se utilizan videocámaras o grabadoras de voz, es importante grabar la fecha, hora y lugar de la entrevista, así como cualquier información o dato relativo al contexto en el que se realiza la entrevista para tener una buena comprensión de la misma.

- El mismo problema de bloqueo puede ocurrir cuando el entrevistador/a toma notas de lo que dice el entrevistado/a. En este caso el entrevistador/a no tiene tiempo para atender a todo lo que le muestra el entrevistado/a por lo que se obstaculiza la comunicación. No podemos olvidar que se habla más rápidamente de lo que se escribe y que para escribir todos los temas e ideas que se presentan el entrevistador/a necesita paralizar constantemente la entrevista. En este sentido, creemos que es mejor utilizar aparatos grabadores que tomar notas ya que se controla mejor la entrevista (se controlan

mejor los temas de los que se han hablado y de los que no se ha hablado, se juega mejor con la comunicación no verbal, la comunicación que se realiza con los ojos por ejemplo) y en general se obtienen mejores entrevistas.

- Observando que el mejor método para registrar la información es la utilización de aparatos grabadores (videocamaras o grabadoras de voz) y si nos percatamos de que este tipo de aparatos crean un gran bloqueo a la persona o personas que son objeto de estudio, se pueden utilizar cámaras y grabadoras ocultas. De todas formas, es un método que no se recomienda salvo en casos muy extremos ya que si el entrevistado/a se da cuenta del engaño al que ha sido sometido, puede acabar con la entrevista y cerrar todas las posibilidades para realizar una segunda entrevista. Por otra parte, no podemos olvidar las consecuencias éticas que tiene la utilización de cámaras ocultas.

b.- El lugar idóneo para la realización de una entrevista en profundidad

Unido al registro de la información, es interesante hablar de las características que debe tener un buen sitio para la realización de entrevistas en profundidad. Es necesario tener en cuenta que el lugar elegido puede facilitar u obstaculizar el buen desarrollo de la entrevista. En este sentido, y en la medida que hay que grabar la entrevista, hay que seleccionar un lugar en el que no haya demasiado ruido. Las cafeterías o bares no son buenos lugares ya que, en la mayoría de los casos, suele haber excesivo ruido que imposibilita un registro claro de la información y, por lo tanto, la buena comprensión de la información registrada.

La calle o un parque público tampoco son buenos sitios para la realización de entrevistas ya que pueden aparecer muchos elementos que pueden distraer la atención del entrevistado/a y del entrevistador/a.

En general, hay que seleccionar un sitio en el que no el entrevistado/a no se va a distraer y en el que va a ser posible grabar lo que se dice. Sea como fuere, nunca llevaremos al entrevistado/a a un lugar al que no quiere ir o en el intuimos que podría estar molesto.

5.1.4.- El análisis e interpretación de los datos

Una vez que se ha registrado la información, comienza el proceso de análisis e interpretación del mismo. De entrada debemos aceptar que no podemos entender la experiencia contada por el entrevistado/a tal y como el o ella la ha vivido. Tenemos que tener claro que nos acercamos de forma indirecta, de forma vicaria a la verdadera experiencia del entrevistado/a, lo que nos exige una gran humildad científica en el análisis de la información.

Teniendo presente en todo momento este obstáculo, el análisis tiene un objetivo concreto: acercarnos lo más posible al mundo o a la experiencia vivida por el entrevistado/a. Para la consecución de este objetivo hay que llevar a cabo una serie de pasos:

- Hay que leer o escuchar una y otra vez la entrevista para familiarizarse y conocer los datos y los aspectos más importantes del mundo o de la experiencia vivida por el entrevistado/a.
- Una vez que se ha realizado esta primera escucha o lectura, el investigador/a comienza a reconstruir el mundo o experiencia del entrevistado/a partiendo de la contextualización de la experiencia vivida. En este sentido, y tal y como señalan José Ignacio Ruiz Olabuenaga y Marian Ispizua: “El relato del entrevistado/a no es un conjunto simple de respuestas a preguntas del entrevistador/a, sino que éste se desarrolla en una situación social concreta que le condiciona profundamente. Por eso no tiene sentido empezar a ordenar y analizar el material inmediatamente, sin antes haberlo sometido a escrutinio y haberlo contextualizado debidamente”¹⁰.
- Una vez contextualizada la entrevista, se analizarán los elementos, sucesos, momentos más importantes para el entrevistado/a. Esto es, los temas que más han aparecido o que más peso han tenido a lo largo de la entrevista (si es una experiencia o relato descronologizado) o las fases, momentos o sucesos críticos de la vida o experiencia vivida por el entrevistado/a (si se trata de una experiencia cronologizada). La reconstrucción de la vida o experiencia del entrevistado/a se realizara mediante el análisis de la relación o concatenación

¹⁰ Ruiz Olabuenaga, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag. 148.

existente entre los grande temas o las fases, momentos o sucesos críticos que más huella han dejado en el entrevistado/a¹¹.

5.1.5.- Redacción del informe final

Una vez que hemos analizado e interpretado las entrevistas, debemos redactar el informe final. Como cualquier investigación el informe que realicemos deberá tener una introducción, una exposición de las características de la entrevista en profundidad junto con una explicación sobre la razón de haber adoptado esta técnica, una presentación de los hallazgos, unas conclusiones, la bibliografía utilizada y los anexos que nos permitan profundizar o entender mejor lo que se presenta en el informe.

Si bien el resto de los elementos que componen el informe son iguales a los de las investigaciones que utilizan otro tipo de técnicas, los anexos adquieren especial importancia en la entrevista en profundidad. En este sentido, las investigaciones basadas en entrevistas en profundidad deben presentar tres cosas al lector:

- 1.- En primer lugar es importante introducir una ficha técnica de cada uno de los entrevistado/as. Esta ficha técnica mostrará las características más importantes del entrevistado/a: Edad, sexo, nivel de estudio... y cualquier dato que sea interesante destacar para la correcta comprensión de la investigación. Esta información nos permitirá contextualizar y entender mejor la entrevista.
- 2.- Después de la ficha técnica, se pueden presentar las citas más importantes de la entrevista o la transcripción de la entrevista en su totalidad (únicamente en el caso de trabajos académicos).
- 3.- Para finalizar presentaremos el guión utilizado para la entrevista.

¹¹ “A estas alturas es posible ya ir elaborando un diseño tentativo del construct personal del entrevistado/a, en el cual quedan señalados los núcleos de interés (conceptos, eventos, momentos críticos) central, cada uno de ellos enriquecido con una serie de categorías, dentro de las cuales, se han ido codificando las frases o párrafos del relato que, a su vez, comienzan a entrelazarse en su influjo, sucesión, equivalencia, oposición, parentesco, jerarquía de importancia, centralidad...” Ruiz Metodolog, J.I. e Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op.Cit., pag 150.

5.1.6.- La fiabilidad y la validez de la entrevista en profundidad

La fiabilidad

Si bien hay autores que señalan que no tiene sentido hablar de fiabilidad y de validez con técnicas cualitativas y prefieren hablar de control de la calidad¹², nosotros creemos que es posible hablar en estos términos. En este sentido, si bien técnicas cualitativas como la entrevistas en profundidad o en el grupo de discusión no nos permiten conocer con exactitud la fiabilidad de las investigaciones, si podemos tomar una serie de medidas para mejorarla. Concretamente podemos:

- 1.- Hacer preguntas o presentar los temas de forma clara y sin ambigüedades.
- 2.- Evitar los sesgos que pueda introducir el entrevistador/a o el moderador; es decir, evitar los efectos reactivos del investigador/a (tono de voz, actitud a la hora de hacer las preguntas o presentar los temas...).
- 3.- Minimizar la influencia que puedan ejercer los aparatos de registro de información que vayamos a utilizar (grabadoras de voz, de imagen...).
- 4.- Evitar entornos que perturben la atención de los participantes.

La validez

La validez de la entrevista esta unida al control de la información. No podemos olvidar que con esta técnica la información se obtiene por boca del entrevistado/a por lo que, si bien confiamos en su buena voluntad, sinceridad y deseo de responder, es necesario controlar la información que se nos ofrece. Concretamente, es necesario controlar los siguientes aspectos de la entrevista:

¹² Ruiz Olabuenaga, R.: *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao, 1996.

- Datos y explicaciones descriptivas: hay que tener muy presente que la memoria del entrevistado/a puede presentar deficiencias o lagunas que pueden dar lugar a datos erróneos o incompletos. Habrá que controlar estos datos y explicaciones utilizando otras fuentes: libros, artículos, periódicos etc. relacionados con el tema objeto de estudio.
- Inconsistencias y ambigüedades: hay que controlar las inconsistencias tanto voluntarias como involuntarias del entrevistado/a. Las aclaraciones se deberán hacer con mucho tacto y antes de que acabe la entrevista.
- Idealizaciones y fugas: Muchas veces los entrevistado/as tienden a esconder o a cambiar las partes más contradictorias o menos atractivas de su personalidad. Otras veces, pasan a otros temas pasando por alto aquellos aspectos o acontecimientos de su vida de los que no se sienten orgullosos. En la medida que sea posible detectarlos habrá que controlarlos y aclararlos.
- Falta de interés y cansancio: El cansancio y la falta de interés llevan muchas veces a dejar algunos temas importantes de lado o a resumirlos demasiado. En la medida de lo posible habrá que controlar este tipo de situaciones relanzando la entrevista y en el peor de los casos postergándola.
- El sentido común: El sentido común lleva a interpretaciones fáciles al entrevistador/a o investigador/a. El entrevistador/a o investigador/a utiliza su jerarquía de valores para analizar la experiencia del entrevistado/a; esto es, la experiencia del otro se analiza desde el punto de vista personal. Hay que estar muy alerta para que esto no ocurra.
- Por último, es interesante controlar la consistencia interna de cada entrevista y comparar la información obtenida con la obtenida en otras entrevistas.

5.2.- LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

“El ‘grupo de discusión’ es un grupo simulado y manipulable. Simulado porque es un grupo sólo imaginario, un grupo que sólo llega a ser grupo como esperanza. Sobre el deseo de regresión a la madre pesa la urgencia del trabajo: el trabajo -producción de un discurso- es, a la vez, la única vía de acceso al grupo y la única vía de salida del grupo. La única vía de acceso al grupo, pues sólo podrán estar reunidos mientras hablen; sólo les estará asignado el espacio de la reunión mientras dure el tiempo de la discusión; para ser en el espacio -y el grupo es del espacio- tendrán que agarrarse al tiempo, apurarlo hasta las heces. La única vía de salida del grupo, pues la amenaza de la fusión y del ensarte -cuya posibilidad se manifiesta en los silencios y discontinuidades de la discusión, como grietas por las que podrían caer al abismo- sólo puede ser conjurada hablando; el discurso es un modo de tapar esos silencios y esas discontinuidades. Emparedados entre la angustia que produce la posibilidad de entrar en y de salir del grupo: entrada en el grupo para no salir de él, salida de él para no caer en él, ambas posibilidades sólo se dan en el discurso. Manipulable, porque el ‘preceptor’ tiene en la mano todos los hilos que mueven el grupo. Tiene poder para asignarles el espacio y, controlando el tiempo de esa asignación, controlar su tiempo. Pero también poder para determinar el grupo: él prescribe cuántos y quiénes van a venir. El grupo nace y muere dónde y cuando quiere el ‘preceptor’”.

Ibañez, J.: *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnicas y crítica*. Siglo Veintiuno Editores, Madrid, 1992, Tercera edición, pag. 271.

En vez de realizar la entrevista a una persona si se la realizamos a un grupo nos encontramos ante el grupo de discusión. El grupo, en este caso, es un medio que posibilita el conocimiento de las opiniones de los integrantes de la misma respecto de un tema o experiencia concreta¹³, que está formado por un “colectivo de personas que participan por poseer los mismos intereses, los mismos valores, la misma situación

¹³ Krueger, R.A.: *El grupo de discusión*. Piramide, Madrid, 1991.

social o una misma experiencia, y son analizadas tras haber sido puestas de algún modo u otro en contacto entre sí¹⁴.

5.2.1.- Ventajas y desventajas de los grupos de discusión

Ventajas

- El grupo es un provocador de los puntos de vista de las personas. En tanto que muchas personas tienen problemas para estructurar y manifestar lo que piensan, el grupo de discusión ayuda a ordenar y expresar los puntos de vista de los miembros que participan en él. La discusión que se crea en el grupo facilita recordar y expresar los detalles, datos y concreciones que se olvidarían de otra manera. El grupo hace la labor de provocador que realiza el entrevistador/a en la entrevista en profundidad.
- Es una técnica muy útil para analizar procesos sociales o fenómenos en los que participan más de una persona (la toma de decisiones en un grupo, el análisis de una huelga...).

Desventajas

- Algunos temas no se pueden analizar en grupo ya que el grupo en vez de ser un provocador de los puntos de vista personales, puede convertirse en obstaculizador de los mismos. En temas de carácter íntimo (el proceso de socialización política, experiencias políticas personales) o relacionados con tabúes (terrorismo, grupos políticos clandestinos...), por ejemplo, el grupo es más un obstaculizador que un provocador. Como hemos dicho muchas veces, habrá que elegir la técnica a utilizar en base al tema de la investigación. Cuanto más se acerque el tema a investigar a aspecto personales, más recomendable es utilizar la entrevista en profundidad, mientras que si se quieren analizar temas generales relacionados con la dinámica de los grupos (toma de decisión en el comité local de un partido político, la estructura interna de un grupo...) más recomendable será la utilización de los grupos de discusión.

¹⁴Ruiz Olabuenaga, J.I.: *Metodología de la investigación cualitativa* (1996), Op. Cit., pag. 247.

- En tanto que participa un moderador la técnica incide en el tema objeto de estudio. El moderador influye en las personas que participan en el grupo reduciendo la validez de los datos¹⁵. El moderador puede predeterminar las afirmaciones y análisis de los integrantes del grupo.

- Hay un intermediario entre el fenómeno a investigar y el investigador/a; es decir, la información la obtenemos de la boca de los que participan en el grupo lo que significa que el investigador/a está bajo el poder de los miembros del grupo. Muchas veces, además, los participantes en el grupo no suelen querer dar la información que es verdaderamente relevante para el investigador/a o no suelen saber como hacerlo. En esta técnica no es el investigador/a sino que los miembros del grupo los que señalan lo que es importante y lo que es secundario.

5.2.2.- Consejos para la realización de un grupo de discusión

Al organizar grupos de discusión no podemos perder de vista todos los aspectos relativos al moderador, la selección de los que participarán en la discusión, el guión, cómo realizaremos la convocatoria, cómo deben ser los primeros quince minutos, el desarrollo de la discusión y el final de la misma.

a.- El moderador: El moderador debe controlar muy bien la técnica de los grupos de discusión. Tiene que ser capaz de interpretar y amoldarse a los cambios, desarrollos y nuevas situaciones del grupo y hacer que éste pase de situaciones sin actividad a situaciones con dinámica de grupo. Entre otras un buen moderador debe tener las siguiente habilidades:

- Tiene que ser capaz de comenzar la discusión de forma adecuada. Al igual que en las entrevistas en profundidad, tiene mucha importancia comenzar bien.
- Tiene que ser capaz de potenciar la discusión entre los miembros del grupo.

¹⁵Tal y como señala Krippendorff “En lo que se refiere a las ciencias sociales, Webb y otros (1966) han enumerado las diversas maneras en que los sujetos reaccionan cuando se les somete a observación científica, introduciendo así errores en los datos que se analizan; algunas de esas maneras son: La conciencia de ser observado o sometido a prueba. El rol que el sujeto asume o que le es asignado como entrevistado/a o informante. Las influencias que el proceso de medición ejerce sobre el sujeto. Los estereotipos y preferencias en la formulación de las respuestas. Los efectos de la interacción del experimentador-entrevistador/a sobre el sujeto. Krippendorff, K.: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1990, pags. 40-41.

- Tiene que ser capaz de mostrar sensibilidad ante las emociones, inquietudes, deseos, problemas o necesidades del grupo. Tiene que saber interpretar las situaciones por las que atraviesa el grupo y obrar en consecuencia.
- Tiene que saber cambiar, mantener o paralizar el hilo de una discusión.
- Tiene que tener paciencia con la gente y dar un trato cordial a todos y a cada uno de los miembros del grupo, sobre todo en los momentos problemáticos.
- Tiene que tener autoridad para decidir cuánto tiempo y cuándo va a participar cada uno de los participantes en la discusión.
- La imparcialidad también es una característica a tener en cuenta. En este sentido, tiene que saber dar el mismo trato y tratar con respecto a todos los miembros del grupo.
- Tiene que ser capaz de impulsar, paralizar o avivar tanto los temas que se van a tratar como la participación de los miembros del grupo. El moderador tiene que saber diferenciar entre lo que es importante y lo que es secundario, lo que hay que profundizar y lo que hay que discutir de forma superficial.

b.- La selección de los participantes en el grupo de discusión: La primera función del investigador/a, que puede ser una persona diferente del moderador/a, es la selección de los que van a participar en la discusión. Esto supone decidir quiénes y cuántos va a participar:

- **Quiénes:** A la hora de seleccionar quiénes van a participar en el grupo de discusión se pueden realizar dos tipos de muestras: Una **muestra opinática** o una **muestra representativa**. Esto es, podemos seleccionar a aquellas personas que, en cierta forma, son líderes de opinión o entendidos en la materia que es objeto de análisis o a personas que, sin ser líderes de opinión, son representativas del ámbito o grupo que es objeto de estudio. La primera sería una muestra opinática la segunda una muestra representativa. La selección del tipo de muestra se realizará en función de los objetivos de la investigación; teniendo en cuenta, en todo momento, que es importante garantizar la fiabilidad de las personas que van a participar en la discusión.

A excepción de los grupos de discusión que se crean para conocer la dinámica interna de los grupos, es conveniente que los participantes no se conozcan entre sí. Esto facilitará la espontaneidad y favorecerá un clima de tranquilidad para discutir, hablar y

mostrar los puntos de vista personales. El anonimato que surge entre desconocidos crea un entorno mucho más favorable para las confidencias que el que se crea entre personas conocidas.

- **Cuántos:** No se puede especificar con exactitud cuantas personas deben conformar un grupo de discusión. Para algunos autores el grupo más pequeño es de dos y el más grande de doce¹⁶, para otros, en cambio, el grupo de discusión debe tener entre cinco y diez actantes¹⁷. Sea como fuere, lo que hay que tener siempre presente es que el número estará siempre en función de la capacidad que tiene el moderador para controlar el grupo y de la información que conseguimos incrementando el número de los miembros del grupo. Si bien al aumentar el grupo aumentamos la capacidad de provocación, interacción y riqueza de la discusión, no podemos olvidar que los grupos que tienen más de 12 personas pueden ser incontrolables y que el moderador tendrá problemas para evitar las siguientes situaciones:

1. - Que la personalidad más fuerte del grupo imponga sus ideas y puntos de vista a los demás miembros del grupo.
2. - Que alguno de los miembros del grupo hable demasiado restando tiempo de participación y quitando la palabra a los demás o llevando la discusión a temas que no son interesantes para la investigación.
3. - Que se haga una mala distribución del tiempo y que no todos los miembros del grupo tengan suficiente tiempo para dar libremente y sin imposiciones su punto de vista.
4. - Que se rompa la dinámica del grupo creándose discusiones incontroladas entre los miembros.

Resumiendo, creemos que 6-7 personas es el número óptimo para un grupo de discusión ya que es un tamaño junto para que las personas puedan interactuar y mostrar sus puntos de vista tranquilamente y, al mismo tiempo, es fácil de moderar. No podemos olvidar, sin embargo, que si se determina que es interesante conocer los datos personales de las

¹⁶ Ruiz Olabuenaga, J.I. y Ispizua, M.A.: *La descodificación de la vida cotidiana* (1989), Op. Cit., pag. 164.

¹⁷ Ibañez, J.: *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnicas y crítica*. Siglo Veintiuno Editores, Madrid, 1992, Tercera edición, pag. 272.

personas que participan en el grupo se pueden crear incluso grupos de discusión de tres o cuatro personas.

Hay que tener presente que el aumentar el número de las personas que participan en el grupo puede tener consecuencias positivas. Concretamente, si el grupo es grande aparecerán más datos y opiniones que si nos encontramos con un grupo pequeño. Hay que tener muy presente, sin embargo, que el aumentar el grupo puede tener una serie de consecuencias negativas:

- Las personas más introvertidas participan menos.
- La interrelación entre los miembros del grupo se vuelve más compleja.
- Aumentan las situación de miedo, frustración y tensión.
- La organización del grupo de discusión se hace más problemática.
- Se reduce la participación de cada miembro.

c.- El guión: El moderador dirige el grupo de discusión a través de un guión y no a través de una encuesta. En este sentido, y tal y como señalábamos al presentar la entrevista en profundidad, no seguiremos el guión de forma rígida. La propia dinámica del grupo nos exigirá cambiar el orden de los temas y las preguntas pensadas en un principio, además de introducir nuevos temas que no habíamos intuido. El moderador lanzara preguntas y temas de debate que le interesan pero nunca en forma inquisitorial o policial. Su objetivo es únicamente dirigir una conversación.

El guión tiene que ser concreto si queremos que sea operativo. Hay que señalar claramente cuales son los temas importantes y los temas secundarios así como el orden de las preguntas y de los temas que se quieran analizar, teniendo en cuenta, en todo momento, que el orden de las preguntas puede variar en función de la dinámica del grupo.

Es conveniente aprenderse de memoria el guión para guiar de forma flexible la entrevista sin tener que estar dependiendo del guión continuamente. No podemos, por ningún motivo, obstaculizar la comunicación no verbal. A pesar de todo, es conveniente tener siempre el guión a mano para controlar de qué temas se ha hablado y de cuáles no.

El moderador tiene que ser capaz de adecuar sus preguntas a cada momento de la dinámica del grupo. A la hora de hacer preguntas es interesante tener en cuenta los siguientes consejos:

1. - Todas las preguntas o temas que se propongan deben dar lugar a una respuesta. No es conveniente hacer preguntas que den origen a respuestas cortas o que no impulsan la discusión.
2. - No es conveniente hacer preguntas que puedan poner en evidencia el desconocimiento de las personas que participan en el grupo ya que retraería a los participantes a dar sus opiniones.
3. - Tiene que ser preguntas que los miembros del grupo puedan responder. Preguntas que estén relacionadas con sus experiencias, opiniones y vivencias.
4. - Se deben utilizar preguntas fáciles y comprensibles.
5. - Las preguntas deben estimular el pensamiento.
6. - Hay que hacer las preguntas de forma natural. Utilizando un lenguaje que los miembros del grupo entienden y en un tono que estimule la confianza.
7. - Las preguntas deben tener objetivos concretos: obtener información, mostrar algunos aspectos de un tema o estimular el pensamiento para impulsar la discusión.
8. - Las preguntas no deben marginar a ningún miembro del grupo, tampoco alabar ni ensalzar a nadie, tienen que tener una buena justificación.

d.- La convocatoria al grupo de discusión: Una vez que tenemos el guión y se ha seleccionado a los que participarán en la discusión es necesario convocarlos tanto por carta como por teléfono. En ambos llamamientos especificaremos convenientemente el tema que se va a tratar y el día, la hora, el lugar (un pequeño mapa o croquis puede ayudar mucho a los participantes a encontrar el lugar) y el tiempo de duración de la discusión. Esta última especificación es importante porque asegura al participante que la entrevista va a tener una duración definida.

Hacer bien la convocatoria al grupo de discusión es una fase importante ya que de ella depende la asistencia de las personas seleccionadas a la discusión.

e.- Los primeros quince minutos: La discusión se realiza entre un moderador y un grupo que no se conocen entre sí. Esto significa que los primeros quince minutos son muy importantes. Es interesante tener en cuenta los siguientes consejos:

- El moderador se reúne con el grupo una vez que éste está reunido. Esto evitará tener que dar explicaciones una y otra vez, así como los malos entendidos y las suspicacias de aquellos que llegan más tarde.
- La discusión debe comenzar cuando todos los participantes estén debidamente sentados. Esto es, la discusión no debe comenzar hasta que todo este preparado (luces, sillas, ruidos, la grabadora...).
- Para conseguir una situación de tranquilidad es necesaria una pizca de informalidad. En este sentido, antes de comenzar con la discusión es interesante tener una charla informal que ayude a crear un ambiente distendido.
- El moderador debe comenzar presentándose a sí mismo así como a la organización o ente que patrocina la investigación. Al mismo tiempo debe explicar los objetivos de la investigación así como las razones de utilizar el grupo de discusión como técnica.
- Una vez realiza la presentación, debe explicar las razones de grabar la discusión, asegurando el total anonimato de la información que se va a grabar.
- El moderador establece desde el principio las reglas que guiarán la discusión subrayando la necesidad de mantener el respeto personal y evitar las críticas personales.
- Por último, el moderador pedirá a los miembros del grupo que se presenten a sí mismos.

Una vez que se han asegurado la confianza y la motivación entre los miembros del grupo, los participantes están cómodamente sentados y las condiciones para realizar la discusión son las apropiadas (no hay ruidos y la grabadora está en marcha), el moderador lanza una primera pregunta. Esta pregunta debe tener las siguientes características:

- Tiene que ser general, de tal forma que nadie se sienta cohibido a responderla. Es importante tener en cuenta los siguientes consejos: se evitan preguntas que den lugar a respuestas cortas como si-no o números, fechas o lugares. Tampoco es recomendable utilizar preguntas que empiecen con por qué cómo, cuándo o

por qué ya que dan lugar a respuestas concretas que pueden bloquear las respuestas de los participantes.

- No debe ser una preguntas comprometida. No podemos olvidar que una preguntas comprometida reduciría el número de respuestas así como intimidaría a los participantes. La primera pregunta tiene que servir para impulsar la participación de los miembros.

- Todos tienen que responder, obligatoriamente, a la pregunta.

Esta primera pregunta puede ir acompañada por otras dos o tres preguntas, también generales, que tienen por objetivo introducir a los participantes en la discusión.

f.- El desarrollo de la discusión: Después de los quince minutos de calentamiento, se presentará un tema o pregunta concreta en relación con el tema. Poco a poco, la discusión irá centrándose y adquiriendo una estructura y dinámica propias. El moderador se convierte en impulsor y guía de la discusión intentando evitar:

- Que una o dos personas monopolicen la discusión.
- Que se imponga el silencio o que la discusión del grupo se fragmente en pequeñas discusiones incontrolables para el moderador.
- Que la discusión se centre únicamente en un único aspecto del tema a investigar.
- Que la discusión esté guiada por emociones (odio, enfado, pesimismo...) y no por descripciones, análisis y juicios de los participantes.

El moderador debe mostrar que se encuentra presente en la discusión, tanto con la comunicación no verbal como con la comunicación verbal (mirando a los ojos a la persona que habla, dando la palabra, sentándose adecuadamente...), pero sin hacer evaluaciones. Su objetivo es obtener información impulsando la discusión pero sin evaluar a los miembros que participan en la discusión.

g.- El final de la discusión: Se recomienda que el grupo de discusión no dure más de dos horas ya que los participantes se cansan y porque, después de dos horas, la discusión da pocos frutos. No podemos olvidar que hay que acabar la discusión cuando se ha hablado de todos los aspectos interesantes para la investigación. Como señala Jesús Ibañez “El tiempo que puede transcurrir entre el inicio y el término -la longitud del vector temporal asignado- puede variar. Los límites de la variación están

comprendidos entre dos urgencias prácticas: el hueco que pueden hacer los actuantes en su vida real y la envergadura del trabajo que tienen que cumplir en el grupo. La duración 'normal' suele ser de una a dos horas. Pero se ensayan técnicas en las que la reunión dura días enteros (hasta un fin de semana)"¹⁸.

Una vez que la discusión ha terminado el moderador debe ofrecer la oportunidad de que los participantes añadan, comenten o aclaren cualquier aspecto que no ha quedado claro. El moderador, por su parte, finalizará haciendo un pequeño resumen de lo que se ha expuesto y agradeciendo su participación a los miembros del grupo.

5.2.3.- Los procesos en el grupo de discusión

Al igual que las entrevistas en profundidad, en el grupo de discusión encontramos tres procesos: el proceso de interacción, el proceso de obtención de información y el proceso de registro de la información. Muchas de las cosas que dijimos respecto de estos tres procesos en la entrevista en profundidad también son válidas en este caso:

5.2.3.1.- El proceso de interacción

El moderador debe empatizar con los miembros del grupo. Crear un ambiente de confianza. De todas formas, tiene que ser consciente de que algunos miembros pueden mostrar actitudes de prepotencia o de autoridad. Si bien no puede mostrar una actitud agresiva o autoritaria para con éstos, tiene que ser capaz de cortar todos los protagonismos y los intentos de monopolizar la discusión.

La labor del moderador no es ir en contra de las opiniones de los miembros del grupo, tampoco corregir sus puntos de vista. Su labor es establecer las bases o las condiciones idóneas para que todos/as tengan las mismas oportunidades para expresar su opinión. Es decir, crear un ambiente de respeto y de tranquilidad.

¹⁸Ibañez, J.: *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnicas y crítica* (1992), Op.Cit., pag. 274.

El moderador debe evitar la discusión exacerbada aunque también el consenso entre los miembros respecto de los distintos temas de discusión. En la medida de lo posible el moderador debe impulsar la manifestación de las diferencias.

5.2.3.2.- El proceso de obtención de la información

El moderador/a realiza una labor de animador con el objetivo de obtener información. Muestra interés por la discusión y la información que se transmite adoptando una postura de neutralidad. Usando la comunicación verbal como la no verbal debe motivar y controlar el buen desarrollo de la discusión permaneciendo fuera de la misma.

Una vez que la discusión se ha puesto en marcha el moderador desaparece, se queda al margen ante un grupo que ha adoptado una dinámica propia. No hay reglas fijas respecto de como dirigir un grupo de discusión ya que cada grupo es diferente y las situaciones cambian. Por lo tanto, la regla más importante es seguir de cerca la dinámica del grupo. Debe controlar al grupo sin perder nunca la empatía y la buena relación con el mismo. Todos tienen que estar bajo su dominio, tanto los que hablan mucho como los que hablan poco. En el proceso de obtención de la información hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

a.- El lanzamiento de las preguntas: Tal y como hemos señalado en la entrevista en profundidad, el moderador comenzara lanzando preguntas generales, dando confianza y creando una situación relajada.

A partir de aquí irá concretando la discusión lanzando preguntas más concretas. Irá de lo superficial a lo profundo, de lo impersonal a lo personal. Y cada vez que se agota un tema, tendrá preparado otra pregunta o tema para seguir con la discusión o en caso de que algún tema no haya quedado claro volver sobre el mismo.

En este proceso de obtención de información, el moderador necesita entender la información que ofrece el entrevistado/a, sacar adelante temas que están bloqueados y detectar los temas que más trascendencia o importancia tienen para profundizar en ellos.

De vez en cuando, el entrevistador/a debe hacer resúmenes para mostrar al entrevistador/a que va entendiendo las respuestas que va obteniendo. Esto ayudará al entrevistador/a a arreglar malentendidos o aspectos que no han quedado claros. Al mismo tiempo, estos resúmenes son espejos que ayudarán al entrevistado a estructurar y a valorar en su justa medida sus vivencias y pensamientos.

b.- El relanzamiento de la discusión: La dinámica del grupo de discusión puede paralizarse o bloquearse muchas veces. Entre otras razones porque el tema del que se estaba hablando se ha terminado, porque los miembros del grupo están cansados o porque no se quiere hablar de una serie de temas.

En estas situaciones de bloqueo, la labor del entrevistador/a es impulsar o relanzar la discusión. Para ello debe conocer cual es el motivo que bloquea la discusión y obrar en consecuencia. Existen diferentes mecanismos para impulsar la discusión:

- Si se ha terminado el tema sobre el que se discutía, hay que sacar un nuevo tema. En este sentido, habrá que recurrir al guión previamente confeccionado para la obtención de un tema nuevo.
- Si observamos que los miembros del grupo están cansados, un pequeño descanso, un café o alguna otra forma de relajar la situación pueden ser muy válidas.
- Si los miembros del grupo muestran poco interés por proseguir con la discusión, se remarcará la importancia de la información que se esta obteniendo con la discusión así como de la investigación en sí.
- Si el bloqueo se debe a dudas, malos entendidos etc., habrá que ayudar al entrevistado/a a ordenar o estructurar las ideas o quitar peso y profundidad a los temas. Esto ayudara al entrevistado/a a seguir con la entrevista.

El relanzamiento de la discusión busca un buen desarrollo de la discusión. En este sentido, muchas de las técnicas que presentábamos para impulsar la entrevista en profundidad también valen para impulsar la discusión. Concretamente, técnicas como al eco, el resumen, el desarrollo, la insistencia, la cita entresacada, el frigorífico, el descanso, la distracción, la estimulación y el retraso también valen con esta técnica (ver el capítulo correspondiente a la entrevista en profundidad).

5.2.3.3.- El proceso de registro de la información

Al igual que en la entrevista en profundidad, el tercer paso del proceso de análisis con el grupo de discusión corresponde al registro o recogida de la información. Aquí también debemos evitar todo lo que perturbe la concentración de los participantes. En este sentido, deberemos pensar muy bien cómo registraremos la información así como el sitio en el que reuniremos al grupo.

a.- Cómo registrar la información: Se pueden utilizar tanto videocamaras como grabadoras de voz. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que este tipo de aparatos pueden bloquear la espontaneidad de la discusión. De todas formas, creemos que la grabación es un sistema mejor que tomar notas de lo que dicen los miembros del grupo ya que se controla mejor la discusión y se agiliza la dinámica del grupo. No podemos olvidar que tomar notas puede bloquear la discusión porque se habla más rápidamente de lo que se escribe y para escribir todo los temas e ideas que van saliendo por boca de los participantes el moderador necesita paralizar constantemente la entrevista, paralizando, consecuentemente, la dinámica del grupo..

Observando que el mejor método para registrar la información es la utilización de aparatos grabadores (videocamaras o grabadoras de voz) y para evitar el bloqueo que este tipo de aparatos puede ocasionar, se pueden utilizar cámaras y grabadoras ocultas. Este método no es muy recomendable salvo en casos muy específicos ya que si los miembros del grupo se dan cuenta pueden acabar con la discusión. Por otra parte, no podemos olvidar las consecuencias éticas que tiene la utilización de grabadores ocultos.

b.- El lugar idóneo para la realización de una entrevista en profundidad: Unido al registro de la información, es interesante hablar de las características que debe tener un buen sitio para la realización de los grupos de discusión ya que, muchas veces, el lugar seleccionado puede crear una serie de problemas para el buen desarrollo de la discusión. En este sentido, el lugar en el que se va a realizar la entrevista debe ser un sitio que permita la concentración, en la que quepan todos los miembros del grupo y se pueda grabar la discusión sin problemas. Hay que seleccionar un sitio en el que no haya ruidos y en el que los miembros del grupo estén cómodos y no se distraigan. Nunca llevaremos

a los participantes a lugares a los que no quieran ir o intuimos que podrían estar molestos.

5.2.4.- El análisis de la información

Una vez que se ha registrado la información, comienza el proceso de análisis e interpretación. Al igual que en la entrevista en profundidad, hay que leer o escuchar una y otra vez la entrevista para familiarizarse y conocer la información obtenida.

Una vez que se ha realizado esta primera escucha o lectura, el investigador/a empieza a ordenar y a analizar los puntos más importantes sobre los que ha girado la discusión distinguiendo los temas en los que los miembros estaban de acuerdo de aquellos en los que no lo estaban. Conocer e interpretar el consenso y el disenso es la gran originalidad del grupo de discusión.

5.2.5.- La redacción del informe final

Una vez que hemos analizado e interpretado la información obtenida en la discusión, debemos redactar el informe. Al igual que con las demás técnicas será un informe que tendrá una introducción, la presentación de lo que es el grupo de discusión, el análisis de los datos y una serie de conclusiones. Al mismo tiempo será necesario presentar un anexo en el que deben aparecer:

1.- Una ficha técnica de cada uno de los grupos de discusión que hayamos realizado. Esta ficha técnica mostrara las características más importantes de las personas que han participado en la discusión. También determinaremos el lugar, la fecha y la hora en la que se ha reunido cada uno de los grupos además de cualquier hecho, comentario, etc. que pueda parecernos de interés para comprender y contextualizar la discusión.

2.- Después de la ficha técnica, se pueden presentar las citas más importantes para comprender la discusión o se puede presentar la transcripción de la discusión en su totalidad (únicamente en el caso de trabajos académicos). Esto permitirá que aquellas personas que estén muy interesadas en el tema puedan profundizar.

3.- Para finalizar presentaremos el guión utilizado.

5.2.6.- La validez y la fiabilidad del grupo de discusión

Al igual que en el resto de las técnicas debemos controlar la calidad de la información obtenida por lo que tenemos que tener en cuenta la fiabilidad y validez de la misma.

Fiabilidad

La fiabilidad hace referencia a la extensión con que el instrumento utilizado para la obtención de la información produce los mismos resultados cuando es utilizado en otro momento. Una medida fiable debe dar lugar a resultados consistentes y estables.

En el caso del grupo de discusión la fiabilidad podrá ser obtenida con la utilización del mismo guión con las diferentes personas que se quiere entrevistar. Al mismo tiempo habrá que tener en cuenta los siguientes aspectos a la hora de realizar los guiones:

- 1.- Hacer preguntas claras y sin ambigüedad.
- 2.- Evitar el sesgo que puede introducir el entrevistador/a.
- 3.- Minimizar al máximo la influencia de los aparatos grabadores.
- 4.- Realizar la discusión en lugares que no perturben la atención de los participantes.

La validez

Una medida es válida cuando mide lo que se supone que debe medir. Al igual que en el caso de la entrevista en profundidad, la validez del grupo de discusión esta unida al control de la entrevista. No podemos olvidar que en ambas técnicas la información se obtiene por boca del entrevistado/a por lo que, si bien confiamos en la buena voluntad y el deseo de responder sinceramente de éste, es necesario ir controlando la información que vamos obteniendo. Concretamente, es necesario controlar:

- Datos y explicaciones descriptivas: hay que tener muy presente que la memoria del entrevistado/a puede presentar deficiencias o lagunas que pueden dar lugar a datos erróneos. Habrá que controlar estos datos descriptivos (nombres, fechas...) utilizando otras fuentes.

- Inconsistencias y ambigüedades: Habrá que aclarar las inconsistencias, tanto voluntarias como involuntarias, que muestran los miembros del grupo. Siempre con mucho tacto.
- Idealizaciones y fugas: Muchas veces los miembros del grupo tienden a esconder o a cambiar las partes más contradictorias o menos atractivas de su personalidad. Otras veces, pasan de unos temas a otros sin hablar de aquellos aspectos o acontecimientos de su vida de los que se avergüenzan. Será necesario aclarar y controlar estos temas.
- Falta de interés y cansancio: El cansancio y la falta de interés llevan muchas veces a dejar temas importantes de lado o a resumirlos demasiado.
- El sentido común: El sentido común lleva a interpretaciones fáciles. El entrevistador/a o investigador/a utiliza su jerarquía de valores para analizar la experiencia del entrevistado/a; esto es, la experiencia del otro se analiza desde el punto de vista personal dando lugar a conclusiones erróneas¹⁹.

Además de este control, podemos adoptar una serie de medidas para asegurar la validez del grupo de discusión:

- 1.- Mostrar el guión a expertos en el tema para ver si las preguntas que utiliza son las adecuadas para analizar el tema objeto de estudio.
- 2.- Determinar la amplitud de significado de los aspectos o conceptos que queremos analizar y, posteriormente, asegurar que el guión utilizado incluye todas esas partes o aspectos.
- 3.- Usar guiones utilizados con éxito en otras investigaciones.

5.4.- EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

"Compared with techniques such as interviews, content analysis usually yields unobstrusive measures in which neither the sender nor the receiver of the message is

¹⁹ "La conversación es un testimonio controlado por el investigador/a que controla citas, inconsistencias, idealizaciones, fugas e interpretaciones superficiales". Ruiz Olabuenaga, J.I. y Ispizua, M.A.: La descodificación de la vida cotidiana (1989), Op. Cit., pag. 144.

aware that it is being analyzed. Hence, there is little danger that the act of measurement itself will act a force for change that confounds the data".

Weber, R.P.: *Basic Content Analysis*. Sage University Paper 46, (2ª edición), pag. 10

En las relaciones que diariamente se entablan entre individuos, organizaciones e instituciones de diverso tipo, se produce una gran cantidad de material tanto oral como escrito que es reflejo de los puntos de vista, opiniones y actitudes de dichas personas, organizaciones e instituciones. En las respuestas a preguntas abiertas de cuestionarios, en editoriales de periódicos, anuncios, programas electorales, cartas, artículos de opinión, reportajes, transcripciones de entrevistas en profundidad, libros, etc. las personas muestran su forma de ver e interpretar las cosas. Entre las técnicas que se han creado para analizar este tipo de información nos encontramos con el análisis de contenido, que, como señala López Aranguren, "...es una técnica de investigación que consiste en el análisis de la realidad social a través de la observación y del análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades. Lo característico del análisis de contenido, y lo que le distingue de otras técnicas de investigación, es que se trata de una técnica que combina intrincadamente, y de ahí su complejidad, la observación y el análisis documental". Es un técnica que, según Berelson, tiene 17 usos diferentes²⁰:

- Para describir tendencias en el contenido de las comunicaciones.
- Para seguir el curso del desarrollo de estudios académicos (la riqueza de vocabulario de los estudiantes, por ejemplo).
- Para establecer las diferencias internacionales en materia del contenido de las comunicaciones (diferencias en cuanto a los programas políticos de los partidos conservadores de distintos países).
- Para comparar medios de comunicación (ideología de los medios, por ejemplo)
- Para verificar en qué medida el contenido de la comunicación cumple los objetivos (¿coinciden los objetivos de la investigación con los objetivos del mismo?).

²⁰ Berelson, B. y Janowitz, M. (edit.): "Content Analysis in Communication Research" en Berelson, B.: *Reader in Public Opinion and Communication*. The Free Press, New York, 1966 (Segunda Edición).

- Para construir y aplicar normas relativas a las comunicaciones (conocer las características de las teleseries para adolescentes para determinar leyes relativas a las imágenes de violencia que presentan).
- Para colaborar en operaciones técnicas de una investigación (codificar preguntas abiertas en las entrevistas de encuestas, por ejemplo).
- Para exponer las técnicas de la propaganda (conocer los recursos utilizados por los partidos políticos en sus programas electorales).
- Para medir la 'legibilidad' de los materiales de una comunicación (¿son fáciles o difíciles de comprender los textos presentados?).
- Para poner de relieve rasgos estilísticos (conocer los recursos estilísticos utilizados).
- Para identificar los propósitos y otras características de los comunicadores (en base a la comunicación podemos conocer más sobre el emisor).
- Para determinar el estado psicológico de personas o de grupos (el grado de estrés, por ejemplo).
- Para detectar la existencia de propaganda (¿son los medios de comunicación verdaderamente neutrales?).
- Para obtener información política y militar (aspectos, temas, etc. que apoyan o rechazan los partidos políticos en sus programas).
- Para reflejar actitudes, intereses y valores ('pautas culturales') de ciertos grupos de la población (a través de las comunicaciones que han producido podemos conocer más sobre las características de los emisores).
- Para revelar el foco de la atención (determinar los elementos centrales de una comunicación).
- Para describir las respuestas actitudinales y conductuales frente a las comunicaciones (conociendo las características de las comunicaciones podemos comprender mejor las respuestas dadas por los emisores).

Todos estos usos nos permiten decir que el análisis de contenido es una de las técnicas más apropiadas para el análisis de las comunicaciones tanto orales como escritas de carácter político²¹. En la medida que nos permiten describir y comparar las tendencias y características del contenido de las comunicaciones de carácter político, es una técnica que puede ser fuente de información en Ciencia Política.

²¹ Krippendorff, K.: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1990, pag. 46.

5.4.1. - Características generales del análisis de contenido

Para Berelson el análisis de contenido es una técnica de investigación para el análisis descriptivo, objetivo, sistemático y cuantitativo del contenido manifiesto de una comunicación²². En base a esta definición, cualquier análisis de contenido debe tener las siguientes características:

1.- **Objetividad:** Para que la subjetividad de los investigadores interfiera lo menos posible en la investigación, hay que definir de forma muy precisa las categorías de registro que van a permitir la codificación y el posterior análisis del texto.

2.- **Sistematización:** Cuando Berelson habla de sistematización se refiere a tres cosas:

- La selección de los datos que se van a analizar, es decir, la composición de la muestra, hay que realizarla a través de criterios establecidos de antemano.
- El contenido del texto hay que analizarlo de forma precisa a través de categorías que están relacionadas con el tema.
- Hay que utilizar el mismo criterio de evaluación a lo largo de todo el proceso de investigación.

3.- **Cuantificación:** Hay que unir números a las categorías que se han creado para codificar el texto; esto es, hay que contar cuantas veces aparecen las características que son objeto de análisis.

4.- **Contenido manifiesto:** El análisis de contenido se basa en lo que se ha dicho, en lo que está manifiesto y deja de lado las intenciones latentes del que ha dicho o escrito el mensaje. Las palabras y las expresiones se comprenden en base al significado que habitualmente tienen en el entorno lingüístico que se han creado.

²² "Content analysis is a research technique for the objective systematic, and quantitative description of the manifest content of communication". Berelson, B. y Janowitz, M. (edit.): "Content Analysis in Communication Research" en Berelson, B.: *Reader in Public Opinion and Communication* (1966). Op.Cit., pag. 263.

Además de estas características, en todo análisis de contenido existen las siguientes presuposiciones ²³:

- Se pueden obtener conclusiones respecto de la relación entre los objetivos del emisor del mensaje y el contenido del mensajes así como respecto de la relación entre el contenido del texto y las características de los receptores. Lo que esta escrito en un texto es reflejo de las intenciones, actitudes y características de los que lo ha escrito. Al mismo tiempo, nos da información sobre aquellos que adquieren esa información (nivel de educación, intereses, valores...).
- Analizando lo manifiesto podemos obtener información tanto sobre el emisor como del receptor.
- Por último, se presupone que el análisis cuantitativo de un texto es significativo. Así, las frecuencias de aparición son reflejo de la importancia que distintos aspectos tienen en el texto y, por lo tanto, son fuente de información respecto del emisor como del receptor.

Si bien la definición dada Berelson en 1952 es fundamental para conocer la esencia del análisis de contenido, no podemos negar que últimamente ha conocido muchas críticas. Si observamos las definiciones que aparecen en los artículos y libros sobre análisis de contenido que han aparecido últimamente podemos concluir que "...en la actualidad se reconoce que el análisis de contenido puede tener tanto un fin descriptivo como un fin inferencial, y puede utilizar tanto técnicas de análisis cuantitativo como técnicas de análisis cualitativo; también hay acuerdo en que el análisis no está limitado al contenido manifiesto de los mensajes sino que puede extenderse a su contenido latente, y en que los análisis de contenido realizados deben someterse, como todo análisis, a pruebas de validez y fiabilidad"²⁴.

5.4.2.- Ventajas y desventajas del análisis de contenido

²³ Jimenez Blanco J.: *Felipe II en las proposiciones de las cortes de Castilla (1563-1592)*. Valencia, Universidad de Valencia, 1961, pag. 77.

²⁴ Lopez Aranguren, E.: "El análisis de contenido" en Garcia Ferrando et Alia: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (1988). Op. Cit. Pag. 366.

Al igual que todas las técnicas presentadas hasta ahora, el análisis de contenido tiene una serie de ventajas y de desventajas que habrá que tener en cuenta a la hora de utilizar esta técnica.

Ventajas

1.- El análisis de contenido no influye en los comportamientos y comunicaciones que se quieren analizar. En la encuesta, la entrevista en profundidad, el grupo de discusión o el experimento la participación del investigador, entrevistador o moderador influye en los encuestados/as y/o entrevistados/as, lo que da lugar a datos erróneos en muchos casos²⁵. En el análisis de contenido tanto el productor como el receptor del mensaje no se percatan de que son investigados²⁶.

2.- El análisis de contenido permite analizar material no estructurado. Tiene la capacidad de analizar la información tal cual se han producido sin que exija la manipulación de los datos para su análisis por parte del investigador. Como señala Krippendorff, "Aunque la investigación mediante encuestas, los experimentos psicológicos y las aplicaciones del ordenador deben su éxito a la facilidad para analizar datos preestructurados, puede que el investigador no disponga de esa opción. Tal vez le interese el material después de que éste haya sido generado por una fuente que emplea un lenguaje, una lógica y unas categorías que no son necesarias para el análisis ni compatibles con sus exigencias"²⁷. Es más, en muchos casos el investigador no sabe cuales son las categorías e indicadores válidos para realizar la investigación por lo que el análisis de contenido puede ser una técnica de gran valía.

²⁵ Como señala Krippendorff: "En lo que se refiere a las ciencias sociales, Webb y otros (1966) han enumerado las diversas maneras en que los sujetos reaccionan cuando se les somete a observación científica, introduciendo así errores en los datos que se analizan; algunas de esas maneras son: La conciencia de ser observado o sometido a prueba. El rol que el sujeto asume o que le es asignado como entrevistado o informante. Las influencias que el proceso de medición ejerce sobre el sujeto. Los estereotipos y preferencias en la formulación de las respuestas. Los efectos de la interacción del experimentador-entrevistador sobre el sujeto. Krippendorff, K.: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica* (1990). Op. Cit., pags. 40-41.

²⁶ Weber, R.P.: *Basic Content Analysis*. Sage University Paper 46, 2nd Edition, 1990, pag. 10

²⁷ Krippendorff, K.: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica* (1990). Op. Cit., pag. 42.

3.- En tercer lugar, no podemos olvidar que imponer demasiadas limitaciones a las respuestas de las personas que queremos investigar, tal y como se hace en las encuestas, puede restar validez a los datos obtenidos. Los cuestionarios cerrados son muchas veces una limitación para analizar la realidad política en toda su riqueza y complejidad²⁸. Como el análisis de contenido se basa en el análisis directo de los textos o comunicaciones, nos permite analizar la realidad humana de una forma mejor.

4.- Las respuestas que se obtienen a través de la encuesta se analizan sin tener en cuenta el significado simbólico y profundo que éstas pueden tener. Con el mero análisis de los porcentajes es difícil analizar muchos de los significados profundos que hay detrás de las respuestas obtenidas. El análisis de contenido, al contrario, en la medida que tiene en cuenta el contexto en el que se ha creado la comunicación que se está analizando, es capaz de analizar los significados simbólicos de las comunicaciones. Tal y como señala Krippendorff "Aunque evidentemente es más fácil reducir las cualidades simbólicas de los datos a etiquetas de categorías, variables y datos puntuales que no tienen consecuencia alguna para el proceso de análisis, y sólo resultan significativos para el investigador que interpreta sus hallazgos en esos términos, hay dos motivos por los cuales un investigador puede preferir hacer exactamente lo contrario. Un analista puede querer analizar los datos verbales como fenómenos simbólicos, y en el proceso de transformación conservar la referencia a lo que representan, o causan, o controlan, o constituyen, o reproducen, o a aquello con lo cual están asociados en el interior del contexto original. Así, el analista político que mediante un estudio de caso examina un tratado internacional o un discurso presidencial no puede simplemente pasar por alto las características semánticas y situacionales, ni tampoco las consecuencias políticas de esos sucesos. O tal vez desee analizar los datos en relación con un contexto que no comparten los comunicadores o sujetos individuales en cuestión, o que sencillamente no conceptualizan de forma similar. Las teorías válidas, las construcciones analíticas o las experiencias ocurridas en el pasado con un contexto determinado pueden hacer que los datos se conviertan en 'entidades simbólicas no convencionales', llevando al analista a

²⁸ Dalecki, M. G. eta Healey, B.: Improving data for rural sociological research: A case study of operationalizing the content analysis of farm magazine ads. Department of Agricultural Economics and Rural Sociology, Penn State University, 3. pag.

inferencias de las que los sujetos no son conscientes, o que no pueden aceptar o validar"
29 .

5.- El análisis de contenido ofrece la posibilidad de incorporar e investigar las preguntas e hipótesis que puedan aparecer a medida que avanza la investigación. A diferencia de la encuesta, el grupo de discusión, la entrevista en profundidad y en otras técnicas parecidas en donde una vez obtenida la información es muy difícil o costoso volver a preguntar a los informantes, en el análisis de contenido se nos posibilita volver una y otra vez al texto para analizar nuevas preguntas e hipótesis que pueden aparecer a medida que vamos obteniendo más información. El hecho de que tengamos la información a analizar en un texto y no dependamos de personas para obtener las respuestas nos permite ir a la información tantas veces como queramos.

6.- El análisis de contenido nos permite analizar el pasado. Se puede aplicar a materiales que han sido producidos con anterioridad (diarios, libros...) con lo que obtenemos información sobre actitudes, creencias, posiciones valorativas, etc., relativas a tiempos pasados y que no resultan accesibles a través de otras técnicas de análisis³⁰.

7.- En general, es más barata que otras técnicas ya que no exige trabajo de campo. Al mismo tiempo, en la medida que se han abaratado mucho, los ordenadores personales así como los escaners y los programas informáticos de análisis de contenido, podemos decir que es una técnica muy accesible a cualquier presupuesto de investigación.

Desventajas

1.- Muchas veces no es posible obtener información oral o escrita que nos posibilite realizar un análisis de contenido, o puede que la información que se tenga sea muy incompleta. Si bien van aumentando el número de bancos de datos que ofrecen material escrito informatizado, todavía hoy existen muchas dificultades para obtener materiales de este tipo o exigen un esfuerzo económico y humano muy grande.

²⁹ Krippendorff, K.: *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica* (1990). Op. Cit., pag. 43.

³⁰ Mayntz R., Holm K. Hübner P.: *Introducción a los métodos de las sociología empírica*. Madrid, Alianza Editorial, 1980, (2ª edición), pag. 202.

2.- Muchas veces el fenómeno no puede ser analizado a través del análisis de contenido ya que exige técnicas más complejas (análisis de la cohesión de un grupo, por ejemplo).

3.- Cuando se tienen grandes cantidades de material comunicativo para analizar, el análisis de contenido puede ser largo y costoso.

5.4.3. - Los elementos del análisis de contenido

Hay que comenzar diciendo que no hay un único camino para realizar análisis de contenido. Cada investigador deberá juzgar qué pasos son los más adecuados en cada caso ³¹. En la medida que cada análisis de contenido tiene sus objetivos, necesidades y características, es difícil hablar de una serie de fases concretas para realizar un análisis de contenido. En este sentido, es mejor hablar de los elementos que de una forma o de otra pueden aparecer cuando se realiza un análisis de contenido. Concretamente podemos hablar de 5 elementos:

- **Los datos:** Una vez que hemos especificado los objetivos que queremos conseguir con el análisis de contenido³², hay que comenzar por especificar el material comunicativo que se va a utilizar. Hay que empezar señalando y definiendo los datos de la investigación. Por citar algunos ejemplos, los datos de una investigación pueden ser los periódicos de un año, los libros publicados por un autor, los panfletos políticos de unas elecciones, imágenes televisivas de una campaña política, películas, canciones, discursos políticos, etc. Eso sí, el universo de datos que se seleccione hay que definirlo correctamente señalando el período de tiempo que va a ser objeto de estudio. Como señala López Aranguren: "El proceso científico que llamamos análisis de contenido requiere siempre, en primer lugar, unos datos. Un dato es una unidad de información

³¹ "There is no simple right way to do content analysis. Instead, investigators must judge what methods are most appropriate for their substantive problem". Weber, R.P.: *Basic Content Analysis* (1990). Op. Cit., pag. 13.

³² Tal y como señalan Winner, R.D. y Dominick, J.R.: "En el análisis de contenido hay que evitar el peculiar síndrome del 'contar por contar'. Para huir entonces de los injustificados ejercicios de cuantificación de datos de mínima utilidad hay que especificar un objetivo final claramente articulado". Wimmer, R.D. et Dominick, J.R.: *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Editorial Bosch, Barcelona, 1996, pags. 174-175.

grabada en un medio resistente y duradero (papel, cinta magnetográfica, disco fonográfico, cinta cinematográfica, etc.) que se distingue de otros datos, que es analizable por medio de técnicas explícitas, y que es significativo para un problema determinado" ³³.

- **El muestreo:** Si se observa que el universo de datos definido es demasiado amplio y, por lo tanto, de poca utilidad, hay que seleccionar una muestra (si el universo de datos constituyen todos los periódicos de una año podemos coger solo aquellos que aparecieron los días pares, de todos los libros de un escritor realizamos un sorteo y elegir sólo la mitad de ellos, de todos los discursos políticos en una campaña electoral, seleccionamos sólo tres de cada político...).

Hay que señalar que no existe una única forma para constituir la muestra. Se pueden utilizar diferentes métodos para obtener la muestra siempre y cuando se tengan en cuenta los objetivos de la investigación. Al igual que con la encuesta, en el análisis de contenido podemos utilizar tanto muestras probabilísticas como no probabilísticas:

- **Muestreo no probabilístico:** Es el tipo de muestreo que se realiza sin saber la probabilidad que cada uno de los elementos de la población tienen de salir elegido en la muestra. Este tipo de muestreo se realiza en base a los intereses del investigador. Podemos distinguir tres tipos de muestras no probabilísticas:

a.- Muestra opinática: El investigador selecciona cuidadosamente y subjetivamente los textos o materiales comunicativos que va a investigar. Este tipo de muestreo se utiliza sobre todo cuando el investigador tiene un buen conocimiento del material comunicativo a investigar.

b.- Muestras de conveniencia o comodidad: Los textos a analizar son seleccionados e incluidos en la muestra porque el investigador puede acceder a ellos fácilmente. Este tipo de muestras son apropiadas cuando realizamos investigaciones exploratorias o cuando la información que se quiere analizar es muy difícil de definir o localizar.

³³ Lopez Aranguren, E.: "El análisis de contenido" en Garcia Ferrando et Alia: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (1988). Op. Cit. 373. pag.

c.- Muestreo por cuotas: En este tipo de muestra los elementos son seleccionados en proporción a la representación que tienen en la población y por lo tanto es similar al muestreo estratificado proporcional. La diferencia entre el muestreo por cuota y el muestreo estratificado proporcional es que los elementos seleccionados a través del muestreo por cuotas no son seleccionados de una manera probabilística sino que en base a la conveniencia, comodidad, casualidad o propósito del investigador/a.

- **Las muestras probabilísticas:** Las muestras probabilísticas son aquellas en las que todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Esto supone la existencia de una lista en la que están todos y cada uno de los textos que pueden ser objeto de estudio. Con el muestreo probabilístico podemos saber la exactitud con que la muestra representa la población. Es decir, podemos saber el error muestral que realizamos. Hay diferentes tipos de muestreo probabilístico.

a.- Muestreo Aleatorio Simple: El muestreo probabilístico más fácil es el muestreo aleatorio simple. En este tipo de muestreo es necesario tener una lista de todos los elementos comunicativos que componen la población e ir seleccionando de forma aleatoria los elementos que van a componer la muestra.

b.- Muestreo sistemático: El muestreo sistemático también requiere una lista en la que aparecen todos y cada uno de los textos que se van a analizar pero en este caso los elementos que componen la muestra son seleccionados de la lista sistemáticamente más que aleatoriamente. Esto es, se selecciona cada K elemento de la lista siendo K el número que obtenemos de dividir la población total entre el número de elementos que queremos que tomen parte en la muestra.

c.- Muestreo estratificado: El muestreo estratificado parte del principio de que cuanto más homogénea sea una población más fácil es seleccionar de ella una muestra representativa. En el muestreo estratificado los elementos de la población son divididos en estratos homogéneos y luego se lleva a cabo un muestreo aleatorio simple o un muestreo sistemático dentro de cada estrato para seleccionar los elementos que van a componer la muestra.

d.- Muestreo por conglomerados: Cuando no tenemos listas de la población o realizarlas es costoso y la población esta dividida en conglomerados o clusters que sí son conocidos, se utiliza el muestreo por conglomerados que consiste en hacer una lista de los conglomerados y elegir una muestra de los mismos al azar. Una vez que tenemos elegidos los conglomerados analizamos los elementos de ese conglomerado. Lo podemos hacer tanto seleccionando todos los elementos de ese conglomerado como haciendo un muestreo aleatorio simple o sistemático dentro del conglomerado.

Una vez que hemos seleccionado los datos y obtenido la muestra es cuando empieza, verdaderamente, el análisis de contenido.

- Las unidades de análisis: Las unidades de análisis son los elementos comunicativos en los que se va a basar el análisis de contenido. Podemos distinguir tres tipos de unidades de análisis:

a.- Unidades de muestreo: Son las partes que el investigador puede diferenciar en los datos que son objeto de estudio. Estas unidades de muestreo pueden ser artificiales (un número de líneas concreto, párrafos, columnas, hojas, minutos etc.) o naturales (artículos, libros, editoriales, etc.). En este sentido, si los datos que van a ser analizados en un análisis de contenido son los libros de un autor, por ejemplo, las unidades de muestreo pueden ser los capítulos de los libros, párrafos, una cierta cantidad de líneas etc. En este sentido, hay que tener en cuenta que las unidades de muestreo y los datos pueden coincidir (cuando se analizan los libros de un autor, las unidades de análisis pueden ser los propios libros que son también los datos de la investigación) o no (cuando los datos son los periódicos las unidades de muestreo pueden ser los editoriales, artículos de opinión o noticias del periódico). Es necesario señalar que las unidades de muestreo naturales se utilizan más que las artificiales.

b.- Unidades de registro: Son aquellas partes de la de la unidad de muestreo que el investigador distingue porque aparece información relevante para la investigación.. La decisión de cuales van a ser las unidades de registro que se van a utilizar hay que pensarlo muy bien ya que uno de los aspectos más importantes del análisis de contenido

va a ser la codificación y posterior análisis de estas unidades de registro. Berelson distinguía cinco unidades de registro ³⁴:

a.- **Palabras:** El análisis de las características de un texto se puede basar en la cuantificación y/o clasificación de palabras o conceptos que están relacionadas con la investigación y que hemos especificado de antemano.

b.- **Frases:** En vez de clasificar palabras, podemos clasificar y analizar frases enteras.

c.- **Temas:** Al igual que con las palabras y con las frases, podemos cuantificar y clasificar los temas que aparecen en los elementos comunicativos objeto de estudio.

d.- **Párrafos:** Si bien se puede llevar a cabo el análisis de párrafos enteros, tenemos que tener en cuenta que obtenemos una fiabilidad menor que cuando nuestro análisis se basa en palabras o frases ya que se da una mayor pérdida de información.

e.- **Textos enteros:** Al igual que con los párrafos, tenemos que tener en cuenta que cuando se clasifican textos enteros es difícil obtener una fiabilidad significativa.

Una investigación puede utilizar al mismo tiempo y de forma complementaria más de una unidad de registro. No podemos olvidar que la unidad de registro en la que nos vamos a basar hay que elegirla en base a las características y objetivos de la investigación ya que no todos los elementos comunicativos permiten la utilización de las mismas unidades de registro.

c.- Las unidades de contexto: Es la parte de la unidad de muestreo que hay que analizar para cuantificar y clasificar correctamente en las distintas categorías las unidades de registro (palabras, frases, temas...) seleccionadas para la investigación. La unidad de contexto nos va a permitir saber el verdadero significado de cada una de las unidades de registro. Las unidades de contexto más utilizadas son la frase, el párrafo, el capítulo entero, partes diferenciadas en una comunicación o el texto entero. Para seleccionar una unidad de contexto habrá que tener en cuenta las características y objetivos de la investigación. Normalmente la unidad de contexto suele ser mayor que la unidad de registro. De todas formas, no siempre tiene que ser así. En los casos en los que se analizan los temas, por ejemplo, la unidad de contexto y la unidad de registro

³⁴ Berelson, B.: Reader in Public Opinion and Communication (1967). Op. Cit., pag. 136.

pueden ser los trabajos realizados por un autor. Lo que nunca puede ser es que la unidad de registro sea mayor que la unidad de contexto.

- **Las categorías de registro y el registro:** El registro consiste en codificar las unidades de registro seleccionadas (frases, palabras, temas...) en base a las categorías de registro que se han preparado con anterioridad. Este registro nos va a permitir analizar las características de la comunicación que es objeto de estudio ya que en cada categoría se registran todas las unidades de registro que tienen características similares (Los editoriales de un periódico de un año determinado se clasifican en base a los temas para saber los temas que han primado en el periódico durante ese año, tomando como unidad de registro la palabra ETA se analiza la actitud positiva, negativa o neutra que muestran las propagandas utilizadas por los partidos políticos en unas elecciones determinadas, se pueden codificar los personajes utilizados en la obra de un autor en base a sus características etc.).

En la medida que cada investigación crea sus propias categorías de registro, es difícil hablar, de forma general, sobre el proceso de construcción y las características que deben tener las categorías. A la hora de formular el esquema de categorías hay que tener en cuenta las dimensiones más importantes del tema objeto de estudio. Ese esquema de categorías debe tener las siguientes características: “1.- Toda serie de categorías comprendida en el esquema debe deducirse de un principio de clasificación unitario, esto es: debe referirse sólo a una dimensión significativa. 2.- Las diversas categorías deben excluirse entre sí. Lo que supone que cada una de las unidades lingüísticas relativas a la dimensión significativa de la serie de categorías debe incluirse en una sola categoría. 3.- La serie de categorías ha de ser exhaustiva, esto es: cada unidad lingüística relativa a la dimensión semántica de la serie (pero no cada una de las unidades lingüísticas del texto) debe catalogarse en una de las categorías existentes”³⁵. Al mismo tiempo, hay que señalar que a la hora de formular las categorías no existen reglas preestablecidas. Las categorías se crean a partir de la teoría existentes sobre el tema y del análisis exploratorio de los datos. Así mismo, no podemos olvidar que pueden variar a medida que se va avanzando en la investigación y se van obteniendo nuevos resultados. Hay que señalar que en las investigaciones exploratorias es muy

³⁵ Mayntz R., Holm K. Hübner P.: *Introducción a los métodos de la Sociología Empírica*. Op. Cit., pag. 206.

difícil crear un esquema de categorías por lo que será necesario introducirnos en el material objeto de análisis para obtener las categorías que vamos a utilizar en la investigación. En este caso, obtenemos las categorías de análisis del propio material comunicativo.

- **Las inferencias:** Las inferencias son la formulación de conclusiones que se basa en el análisis de contenido realizado pero que puede que hagan referencia a aspectos que están fuera de los textos analizados. Para la formulación de inferencias el investigador/a debe tener una buena base teórica que le permita contextualizar y comprender el material analizado. “Se ha dicho que en todo análisis de contenido, incluso en el más estrictamente descriptivo, se realiza alguna inferencia, por rudimentaria que ésta sea. En los casos de análisis de contenido con fines más puramente inferenciales, el investigador tiene que utilizar una construcción teórica de las relaciones entre datos y su contexto para poder realizar y justificar esas inferencias. Esa construcción teórica debe especificar las conexiones existentes entre los datos, que funcionan como determinante, y el objetivo, que aparece como resultado; y debe también identificar cualquier factor que de alguna forma intervenga en tales relaciones. En definitiva, pues, la construcción teórica que el investigador utiliza le proporciona las reglas de inferencia que le permiten establecer el puente entre los datos que analiza y el objetivo que persigue”³⁶. En general, podemos hablar de tres tipos de inferencias:

- Aquellas que tienen que ver con el origen, las razones que dieron lugar a los mensajes y las características y especificidades de las comunicaciones.

- Las que hacen referencia a las características, sentimientos, intenciones, etc. de la persona o personas que dieron lugar a la comunicación.

- En tercer lugar, tenemos las inferencias que tienen que ver con las características de las personas a las que van dirigidos los mensajes (el nivel de educación, valores...) así como las consecuencias que se pueden derivar de un mensaje (actitudes que pueda crear, comportamientos...).

- **El análisis:** Uno de los debates más importantes entre los que se dedican al análisis de contenido, ha sido y es si éste debe ser cuantitativo o cualitativo. Esto es, si el análisis

³⁶Lopez Aranguren, E.: "El análisis de contenido" en Garcia Ferrando et Alia: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (1988). Op. Cit., pag. 368.

se debe basar en el análisis de las frecuencias de aparición de las características de la comunicación objeto de estudio o si debe limitarse, únicamente, a señalar si estas características se dan o no y de qué forma. Hoy en día la mayoría de los autores señalan que ambos métodos son complementarios y que la selección de métodos cuantitativos o cualitativos de análisis depende de las características y los objetivos de la investigación así como de las características del material comunicativo que se pretende analizar. En la mayoría de los casos se utilizan los siguientes procedimientos cuantitativos en el análisis de contenido:

a.- Basándose en la estadística descriptiva (porcentajes, ratios...), se analizan las frecuencias de aparición de palabras, frases, temas...esto es, de las unidades de registros seleccionadas.

b.- Se pueden obtener tablas cruzadas de las distintas categorías obtenidas a través del análisis de contenido así como de éstas y las variables que hemos obtenido por otros medios (medidas de asociación, correlaciones...).

c.- Partiendo de diferentes categorías podemos obtener índices que nos permitan formar una medida compuesta de las características de los textos.

Por último, no hay que olvidar que junto con el análisis de las características de un texto podemos analizar el estilo y la forma. Tal y como señala Lasswell: "...es preciso distinguir inmediatamente entre dos grandes divisiones: el estudio de la "sustancia" (purport) y el estudio del "estilo". El primero concierne a los temas del discurso, de los editoriales, etc.... Analizar la "sustancia" es describir, por ejemplo, las diferentes clases de noticias transmitidas por las ondas o la naturaleza de las opiniones emitidas por los comentaristas de radio. Abordamos, por el contrario, el problema del "estilo", cuando estudiamos la estructura particular de un determinado mensaje.

5.4.4.- La fiabilidad y validez del análisis de contenido

De la misma forma que cuando aplicamos otras técnicas, también con el análisis de contenido debemos saber la validez y la fiabilidad del análisis realizado.

La fiabilidad del análisis de contenido

Si queremos que las conclusiones obtenidas de una investigación sean válidas, los datos, las personas que van a participar en la investigación y los procedimientos que se van a utilizar en el análisis tienen que ser fiables. La fiabilidad es una condición necesaria - aunque no suficiente - de la validez. Desde este punto de vista, se dice que un análisis de contenido es fiable cuando utilizando diferentes esquemas analíticos se llega a las mismas conclusiones, cuando un investigador llega a las mismas conclusiones después de realizar la misma investigación una y otra vez y/o cuando los análisis realizados por distintos investigadores llevan a las mismas conclusiones. Dicho de otro modo, decimos que un análisis es fiable cuando en las conclusiones obtenidas el azar o los errores no han tenido ninguna incidencia en el análisis. "Evidentemente, unas categorías definidas clara y precisamente y unas reglas de subordinación inequívocas aumentan la fiabilidad al hacer menos probables interpretaciones arbitrarias de los significados. Otra premisa de la fiabilidad de los resultados es, al igual que en todos los procedimientos de la obtención de datos, la exacta observancia de las reglas de procedimiento por parte de los codificadores"³⁷.

Teniendo en cuenta este aspecto de la fiabilidad, podemos decir que el ordenador ayuda a obtener análisis de contenido fiables. Tal y como señala R.P. Weber: "One set of problems concerns the consistency or reliability of text classification. In content analysis, reliability problems usually grow out of the ambiguity of word meanings, category definitions, or other coding rules. Classification by multiple human coders permits the quantitative assessment of achieved reliability. Classification by computer, however, leads to perfect coder reliability (if one assumes valid computer programs and well-functioning computer hardware). Once correctly defined for the computer, the coding rules are always applied in the same way"³⁸. A través de los análisis de contenido realizados a través del ordenador aseguramos que el azar o los errores de cuantificación no han tenido incidencia.

La validez del análisis de contenido

³⁷Mayntz R., Holm K. Hübner P.: *Introducción a los métodos de las sociología empírica* (1980). Op. Cit. pag. 210.

³⁸ Weber, R.P.: *Basic Content Analysis*: Op. Cit., pag. 15.

Junto con la fiabilidad es imprescindible saber la validez del análisis de contenido realizado. Un análisis de contenido es válido cuando mide lo que debe medir. Como señala R.P. Weber: "A content analysis variable is valid to the extent that it measures the construct the investigator intends it to measure. As happens with reliability, validity problems also grow out of the ambiguity of word meaning and category or variable definitions" ³⁹. Si bien diferentes autores hablan de diferentes pruebas de validez en el análisis de contenido, dos son los que, a mi entender, tienen verdadera utilidad:

a.- **Validez pragmática:** La validez de una investigación se puede conocer comparando los resultados obtenidos con los resultados obtenidos en otras investigaciones sobre el tema. En este sentido, un análisis de contenido es válido cuando las conclusiones e inferencias obtenidas se mantienen cuando se comparan con los resultados obtenidos a través de otras investigaciones. El problema es que muchas veces no suele haber investigaciones que permitan la comparación o el realizarlas es muy costoso.

b.- **Validez de contenido:** La validez de contenido consiste en demostrar que las unidades de registro utilizadas son una buena muestra de todas las posibles unidades de registro que se pueden utilizar para la investigación. Es de reseñar que la validez de contenido se consigue, en la mayoría de los casos, utilizando las frecuencias; esto es, seleccionando aquellas unidades de registro que más veces aparecen en los textos a analizar.

5.4.5.- El ordenador en el análisis de contenido

Cada vez son más numerosos, mejores y baratos los programas informáticos para llevar a cabo análisis de contenido ⁴⁰. Este tipo de programas informáticos cada vez dan más y mejores posibilidades para analizar los textos. Entre otros podemos mencionar la capacidad que tienen los programas informáticos para analizar grandes cantidades de información escrita con rapidez y reducir las labores repetitivas que conlleva el análisis de contenido así como la posibilidad de utilizar técnicas de investigación más

³⁹ Weber, R.P.: *Basic Content Analysis*: Op. Cit. pag. 15.

⁴⁰ Sobre programas informáticos para realizar Análisis de Contenido ver: *Qualitative Sociology*, "Computers and Qualitative Data II, Special Issue, Part 1, XIV, nº 3, 1991.

sofisticadas ⁴¹. Eso sí, en la medida de que no existen muchos bancos de texto que ofrezcan los documentos en soporte informático, el investigador/a tiene que preparar e introducir los textos en el ordenador en cada investigación. Así, si bien esta fase se ha facilitado mucho con los lectores ópticos, sigue siendo una parte de la investigación que no hay que olvidar.

5.4.5.1.- Algunas características de los programas de ordenador para realizar análisis de contenido

No es fácil hablar de forma general de los programas de ordenador para realizar análisis de contenido ya que cada programa de contenido tiene unas características específicas, así como una serie de ventajas y desventajas. De todas formas, no podemos negar que todos los programas de este tipo tienen una serie de posibilidades parecidas que intentaremos presentar en este apartado.

1.- Por un lado, los programas de este tipo permiten encontrar, cuantificar y dar información estadística de las palabras, conceptos, expresiones o frases que nos interesan para la investigación. Al mismo tiempo, nos permiten obtener diccionarios de palabras o conceptos ordenados tanto alfabéticamente como en base a las frecuencias ascendentes o descendentes. En el análisis de contenido se parte de que la frecuencia de aparición de las palabras, conceptos, frases o de las unidades de registro seleccionadas para la investigación, es un indicador de los aspectos que tienen importancia en un texto ⁴².

2.- Haciendo análisis de frecuencias que no tienen en cuenta el contexto de las palabras o conceptos analizados podemos tener problemas de polisemia. Es decir, a través de análisis de contenido descriptivos en los que únicamente se toman en cuenta las frecuencias de aparición de las palabras, podemos observar que un concepto aparece muchas veces en un texto y concluir que se da mucha importancia a un tema o aspecto

⁴¹ Pfaffenberger, B.: *Micromputer Applications in Qualitative Research*. Qualitative Research Methods Series nº 14, Sage Publications, California, 1988, pag. 13: "Now that high quality text-processing programs are becoming available for qualitative data analysis, it seems likely that qualitative researchers will enjoy the same two benefits that quantitative researchers receive from the computer: the ability, first, to work quickly and conveniently with much larger units of data, and second, to apply more sophisticated analytical techniques".

⁴² Pfaffenberger, B.: *Micromputer Applications in Qualitative Research* (1988). Op. Cit. pag. 54.

determinado. En realidad podría ocurrir que esa palabra tiene otros significados diferentes que no se están tomando en cuenta.

Para solucionar este problema, es necesario conocer el contexto en el que se inserta cada una de las palabras. Esta es otra de las características que ofrece este tipo de programas: la posibilidad de obtener las unidades de registro seleccionadas (palabras, frases...) en la porción contexto que consideremos oportuna. Esto nos va a permitir la correcta codificación de las unidades de registro y evitar los problemas derivados de la polisemia.

3.- Este tipo de programas también nos permiten encontrar y analizar las frecuencias de aparición de palabras o conceptos que van uno junto a otro o que se encuentran en la misma frase, párrafo o texto. Es decir, con la ayuda de estos programas podemos saber cuántas veces aparece la palabra *partido* unida a la palabra *popular* para saber cuántas veces y cómo aparece el Partido Popular en un texto.

4.- Por último, no podemos dejar de señalar que algunos programas presentan la posibilidad de realizar el registro o codificación automática de los textos. Partiendo de diccionarios de palabras preparados de antemano donde se especifican las relaciones entre las unidades de registro que se quieren analizar y las categorías de clasificación, el ordenador es capaz de realizar el registro y la cuantificación de las unidades de registro seleccionadas de forma automática.

Si bien el ordenador y los distintos programas informáticos que se han creado ofrecen una ayuda sin igual para la realización de análisis de contenidos, no podemos olvidar que: “En términos generales, el ordenador ofrece una ayuda valiosa en el tratamiento y manejo de textos y de bases de datos complejos y largos, pero encuentra una dificultad mayor en ofrecer sus oportunidades para el descubrimiento, el manejo, la exploración y sistematización de conceptos, ideas, hipótesis y teorías. Si al ordenador le resulta relativamente fácil contar datos y establecer relaciones estadísticas con ellos, no le resulta tan accesible a) el reconocimiento de categorías en los datos, b) la generación de ideas acerca de ellos y, menos aún, c) la exploración de los significados contenidos en

ellos”⁴³. Queda claro, por lo tanto, que no podemos olvidar las limitaciones y peligros que tiene el uso del ordenador si queremos hacer investigaciones válidas.

5.4.5.2- Peligros derivados del uso del ordenador en el análisis de contenido

Sin duda alguna, las ventajas que ha supuesto el ordenador al mundo del análisis de contenido han sido aceptadas por los que realizan este tipo de investigaciones. Hoy en día es impensable la realización de análisis de contenido de grandes corpus textuales. Es necesario recordar, de todos modos, que el uso del ordenador tiene una serie de peligros que hay que tener en cuenta si se quieren hacer análisis de contenido válidos. En este sentido, es necesario tener en cuenta los siguientes peligros:

1.- El peligro de basarse en las raíces de las palabras. La mayoría de los programas informáticos para realizar análisis de contenido se basan en las raíces de las palabras. Esto es, para seleccionar y cuantificar todas las palabras relacionadas con *estado* (estatal, estados...) estos programas informáticos dan la posibilidad de basarse en la raíz *esta* para realizar las búsquedas. Si bien esta posibilidad reduce el número de palabras que tenemos que introducir al ordenador para realizar las búsquedas⁴⁴, el problema que crea es que también selecciona y cuantifica palabras que tienen la misma raíz pero que no tienen nada que ver con la palabra que es parte de la investigación (cuando se analiza la palabra estado por ejemplo nos basamos en la raíz *esta* por lo que también se seleccionan y cuantifican palabras como estadio, estaca, estamos...).

2.- El peligro de polisemia: Unido al problema anterior, las palabras que se escriben igual pero que tienen significados diferentes también crean problemas cuando se realizan análisis de contenido por ordenador (cuando se selecciona y cuantifica la palabra Estado=*organización política* también se cuantifica y analiza la palabra estado=*situación*). En este sentido, si bien algunos programas informáticos permiten la codificación de las palabras en base al significado que adoptan en cada momento,

⁴³Ruiz Olabuénaga, J.I.: Metodología de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto, Bilbao, 1996, pag. 316.

⁴⁴Mochmann, Ekhard, "Análisis de contenido mediante ordenador aplicado a las ciencias sociales", *Revista Internacional de Sociología*, Volumen 43, nº 1, 1985, pag. 23: "El procesamiento de las raíces de las palabras facilita la construcción de los diccionarios, puesto que sólo hay que asignar formas o palabras en su raíz. Esto reduce también el alcance de la lista de palabras de entrada".

todavía hoy muestran grandes problemas por lo que es imprescindible tener en cuenta el contexto a la hora de realizar la codificación.

En este sentido, si bien los programas informáticos para realizar análisis de contenido evitan muchos trabajos repetitivos y cansados como contar palabras, no podemos olvidar que un buen análisis de contenido exige tiempo y dedicación. Así si bien el ordenador es un instrumento valioso para hacer análisis de contenido, no ha cambiado esta idea de Berelson: "(En) el análisis de contenido, lo mismo que en el resto de la investigación social, es importante comenzar de manera correcta. Ir sólo a ver qué se pesca en algún material de tipo comunicativo es casi seguro que no resultará provechoso. A menos que haya una idea subyacente al análisis que sea sensata, o inteligente, o sólida, o inusual o importante, no vale la pena pasar por todo el rigor del procedimiento, especialmente cuando implica un esfuerzo tan arduo y costoso. En tanto que método, el análisis de contenido no tiene ninguna cualidad mágica: raramente se saca más de lo que se pone, y algunas veces se obtiene menos. Por muchos análisis que se hagan no hay ninguno que pueda sustituir una buena idea"⁴⁵.

LA OBSERVACIÓN DIRECTA

“Sometimes researchers have no choice but to observe political phenomena as they occur in their natural setting. Written records of events may not exist, or the records may not cover the behavior of interest to the researcher. Relying on personal accounts of participants may be unsatisfactory because of participants’ distorted views of events, incomplete memories, or failure to observe what is of interest to the researcher”.

Buttolph, J. y Joslyn, A.R.: *Political Science Research Methods*. CQ Press, Washington, 1995, (3ª edición), pag. 240.

⁴⁵ Cita entresacada de Mochmann, E.: “Análisis de Contenido Mediante Ordenador Aplicado a las Ciencias Sociales” (1985). Op. Cit.

La técnica de la observación directa consiste en observar de forma sistemática, controlada y sin ningún tipo de manipulación el comportamiento de las personas⁴⁶. A diferencia de la encuesta, la entrevista en profundidad o el grupo de discusión, la observación directa no se basa en las respuestas de las personas a las que se les ha presentado un estímulo verbal, escrito o audiovisual sino en la observación del comportamiento de las mismas. Podemos decir que es una técnica que se acerca al experimento aunque en este caso las observaciones se realizarán en condiciones naturales y sin que haya ningún tipo de control sobre el entorno y los estímulos que recibirán los observados⁴⁷.

La observación es algo que realizamos diariamente en nuestras vidas. Es más, siempre estamos mirando los comportamientos, conversaciones, movimientos...de los otros. De todas formas, esta observación que realizamos de forma natural e inconsciente, puede convertirse en un instrumento valiosísimo para obtener información en Ciencia Política si especificamos debidamente los objetivos, planificamos los pasos a dar de forma sistemática, ponemos lo observado en relación con teorías más generales de Ciencia Política y lo controlamos debidamente; esto es, si lo sometemos a pruebas de validez y fiabilidad. Concretamente, la observación directa puede ser de gran utilidad para estudiar, entre otros temas, las campañas políticas, las políticas adoptadas en una comunidad, temas de liderazgo, procesos de toma de decisiones, desarrollo de programas de distinto tipo, procesos judiciales, procesos legislativos de los parlamentos etc.

Comparando con la observación que realizamos diariamente, la observación científica comienza definiendo lo que se quiere observar y se lleva a cabo de forma sistemática y consciente. Esto es, ordenando y relacionando todos los aspectos del fenómeno que estamos observando, escribiendo cada cierto tiempo las conclusiones que se van

⁴⁶ Hay que tener en cuenta que también existe la observación indirecta que consiste en observar las consecuencias físicas del comportamiento que se quiere analizar. Si queremos analizar los espacios que utilizan los alumno/as en la universidad podemos ir y observar los lugares que utilizan (observación directa) o podemos esperar a que los alumno/as se vayan a casa y analizar la basura que han dejado en las distintas partes de la universidad para obtener conclusiones sobre los lugares que les gustan a los alumno/as (observación indirecta). En la medida que muy pocas veces se utiliza la observación indirecta en ciencia política, en esta memoria nos vamos a centrar en la observación directa. Scharwitz y Jacobs, J.: *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. Trillas, México, 1984.

⁴⁷ Carrera, P. y Fernández Dols, J.M.: "La observación: cuestiones previas" en Clemente Díaz, M. (Comp.): *Psicología Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. Eudema, Madrid, págs. 208-223.

obteniendo, realizando descripciones y interpretaciones y analizando significados de los fenómenos que se están observando.

Todo esto hay que hacerlo de forma escéptica. Desconfiando de los puntos de vista y prejuicios personales, observando con ojo crítico, contrastando los datos que se obtienen con otros investigadores/as u otras fuentes de datos. El observador debe saber mantener la distancia correcta respecto del fenómeno observado para evitar tener una idea sesgada de lo que observa⁴⁸.

1.- Diferentes tipos de observación directa

Desde el tipo de observación participante que se utiliza en etnografía y en antropología⁴⁹ social y cultural en la que los observadores participan “abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas”⁵⁰ hasta las observaciones que se realizan en situaciones controladas (nos acercaríamos al experimento, en este caso), hay una gran variedad de técnicas de observación. En términos generales, los distintos tipos de observaciones las podemos clasificar en base a cuatro criterios: en base a los objetivos de la observación, en base al nivel de estructuración, en base a la naturalidad o artificialidad de las condiciones en las que se realiza la observación y base al papel que adopta el observador:

1.- En base a los objetivos de la observación podemos distinguir entre observaciones descriptivas y observaciones explicativas:

a.- **Observaciones descriptivas:** A través de la observación directa podemos describir un comportamiento o fenómeno social.

b.- **Observaciones explicativas:** No solo describir, también podemos analizar y explicar los fenómenos o comportamientos objeto de estudio. Podemos conocer el significado que las personas que observamos dan a su comportamiento así

⁴⁸Guash, O.: *Observación Participante*. Cuadernos Metodológicos del CIS, Nº 20, CIS, Madrid, 1997, pag. 37.

⁴⁹Aguirre Baztán, A.: *Etnografía: Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Edit. Marcombo, Barcelona, 1995.

⁵⁰Hammerlesy y Atkinson: *Etnografía. Métodos de investigación*. Paidós, Barcelona, 1994, pag. 15.

como el significado que la sociedad o entorno en el que se sitúa lo observado da al mismo.

2.- En cuanto al nivel de estructuración de la observación podemos distinguir entre entrevistas estructuradas y no estructuradas.

a.- En las **entrevistas no estructuradas** se utilizan categorías de clasificación muy generales para obtener información. Este tipo de observaciones se realizan cuando tenemos poca información sobre un tema y queremos hacer un análisis exploratorio para aumentar nuestro conocimiento sobre el mismo. Todo lo que se observa es considerado como relevante por lo que se intenta obtener la mayor cantidad de información posible. Este tipo de observación se utiliza cuando tenemos temas respecto de los cuales no sabemos mucho.

b.- En las **observaciones estructuradas** por otra parte, se trabaja con un protocolo de recogida de datos en la que están debidamente especificados los comportamientos que queremos analizar así como las categorías en las que se operacionalizan estos comportamientos. Utilizaremos este tipo de observación cuando tengamos temas respecto de los que tenemos un buen conocimiento.

3.- La tercera forma de clasificar las observaciones depende de si la observación se ha realizado en condiciones naturales o en situaciones creadas artificialmente por el observador/investigador/a:

a.- **Observaciones realizadas en condiciones artificiales:** Este tipo de observaciones tienen que ver con los diseños experimentales que hemos presentado anteriormente. Si bien la observación se realiza de forma más rigurosa que en condiciones naturales (en la mayoría de los casos este tipo de observaciones se realizan en laboratorios que permiten un mejor control de los comportamientos), el aspecto negativo de este tipo de observación es que se crean situaciones irreales. Es más, normalmente las personas que participan saben que son observadas por lo que hay que aceptar los resultados obtenidos con mucha precaución. Este tipo de observaciones se realizan sobre todo con grupos pequeños y cuando hay un nivel de conocimiento alto respecto del tema. Es un tipo de observación que se utiliza sobre todo en psicología.

b.- **Observaciones realizadas en condiciones naturales:** En este caso no hay un grupo experimental y se observa la realidad sin ningún tipo de manipulación; es decir, se analizan situaciones reales. Este tipo de observaciones permiten observar a las personas durante más tiempo que cuando se realizan observaciones en un laboratorio. Es el tipo de observación que se utiliza en ciencia política.

4.- El cuarto criterio para clasificar las observaciones directas tiene que ver con el papel que adopta el observador. En este sentido tenemos dos tipos de observaciones⁵¹:

a.- **Observaciones participantes:** El observador/investigador/a participa en el fenómeno o comportamiento que observa. Es decir, alguien que analiza las campañas políticas puede participar en la campaña de un partido político para llevar a cabo la observación.

b.- **Observaciones no participantes:** El observador/investigador/a no participa en el fenómeno o comportamiento que observa. Observa los comportamientos de las personas sin participar en los mismos.

En este capítulo vamos a centrarnos sobre todo en las observaciones directas tanto descriptivas como explicativas, tanto participantes como no participantes, estructuradas y realizadas en condiciones naturales.

2. - Ventajas y desventajas de la observación

La observación es fuente de muchos debates. Los que están a favor de ella señalan que ofrece una información directa, rica y profunda. Los que se oponen a la misma, por el contrario, señalan que la subjetividad del método impide conocer los comportamientos y los fenómenos tal cual son. En este sentido, es interesante conocer las ventajas y desventajas de este método.

Ventajas

⁵¹ Atkinson, P. y Hammersley, M.: "Ethnography and Participant Observation" en Denzin, N.K. y Lincoln, Y.S. (Edit.): *Handbook of Qualitative Research*. Sage, London, 1994, pags, 248-261.

- Comparando con la encuesta, la entrevista en profundidad, el grupo de discusión o el experimento, la observación que se realiza en condiciones naturales es una técnica en la que se da una participación menor del investigador/a. La técnica tiene una incidencia menor en el fenómeno o comportamiento que es objeto de análisis ya que el observador condiciona en menor medida los comportamientos y manifestaciones que se observan. La participación del entrevistador/a/investigador/a que se da en la encuesta, la entrevista en profundidad, el grupo de discusión o el experimento, incide de forma innegable en los investigados lo que puede ser fuente de datos sesgados en muchos casos.

- En la observación la realidad se analiza tal cual es. Esto es, sin ningún tipo de cambio, influencia o manipulación (en el experimento, por ejemplo, se crean una condiciones artificiales).

- A diferencia de las entrevistas en profundidad, encuestas y grupos de discusión, es el investigador/a el que decide lo que es interesante o importante observar.

- Con la observación directa los fenómenos y comportamientos se analizan en el mismo momento en el que ocurren y de forma directa.

- En la entrevista en profundidad, en la encuesta y en los grupos de discusión hay un intermediario entre el fenómeno que se quiere investigar y el investigador/a. El entrevistador/a esta bajo el poder del entrevistado/a que es el que decide la información que va a dar. En la observación directa no hay problemas de este tipo.

- Por las características específicas de algunos sujetos (niños, locos, personas muy mayores...), momentos o comportamientos (situaciones de tensión, guerras, golpes de estado, violencia callejera...) solo podemos obtener información a través de la observación directa.

- La observación evita muchas de las reticencias que pueden existir para rellenar encuestas. Podemos obtener información sin que le suponga ningún tipo de esfuerzo a las personas que son objeto de estudio.

- Una buena observación es una técnica poderosísima. Es más, ir a una reunión de un grupo político y observar los roles y el modo de tomar decisiones que tienen en el mismo puede ser mucho más rico y valioso que la información obtenida a través de una encuesta enviada a todos los partidos políticos.

Desventajas

- Si no se quiere observar únicamente un fenómeno que ocurre en un momento concreto, las investigaciones basadas en la observación directa pueden ser largas y costosas⁵².
- Esta técnica sirve para analizar fenómenos que ocurren en el presente. Esto es, no sirve para analizar fenómenos que han ocurrido en el pasado ni fenómenos que ocurrirán en el futuro.
- Muchas veces no podemos estar en el mismo momento que ocurren los acontecimientos (un enfrentamiento político de trascendencia en el congreso) o ocurren demasiado lejos de donde estamos para poder observarlos (la toma de decisiones en la Cámara de Representantes de los EEUU).
- Muchos fenómenos no se pueden observar de forma directa ya que no se realizan en público y sólo se pueden analizar a través de entrevistas en profundidad, grupos de discusión... (Conflictos internos en las instituciones, tomas de decisiones en los órganos de decisión de los partidos políticos...).
- Muchas veces el fenómeno no puede ser analizado a través de la observación ya que exige técnicas más complejas (análisis de la cohesión del consejo de dirección de un partido político, por ejemplo).
- Algunos fenómenos no pueden analizarse a través de la observación directa ya que están separados, divididos unos de otros y necesitamos unirlos para poder llevar a cabo la investigación (manifestaciones en torno a un tema que están ocurriendo en un mismo momento en sitios diferentes).
- Muchas veces el investigador/a puede desarrollar una relación afectiva con el fenómeno observado, lo que puede afectar negativamente a la observación. La relación afectiva con el fenómeno objeto de estudio hace ver cosas que no existen y, al contrario no ver cosas que ocurren.
- En la medida que el observador realiza su observación de forma manifiesta (o es descubierto por los observados) puede influenciar el comportamiento de los observados.
- No podemos olvidar, por último, que la cultura y jerarquía de valores del observador pueden llevar a observar y analizar las cosas de una forma determinada. En este sentido, es necesario que el observador sepa dejar de lado sus esquemas socioculturales y sepa meterse dentro de lo que está observando (comprensión interpretativa). Todo ello sin

⁵²Díez Nicolás, J.: "Observación" en *Diccionario Unesco de Ciencias Sociales*. Planeta, Madrid, 1975, pag. 1537.

perder la distancia necesaria para mantener la capacidad crítica respecto de lo que se esta observando. Para ello, es necesario partir de una buena base teórica así como de una buena planificación de la observación. Hay que tener claro lo que se quiere investigar, cuales son los objetivos y el procedimiento que se va a seguir. Teniendo en cuenta, en todo momento, hasta los detalles más pequeños. No podemos olvidar que existe el peligro de quedar en lo anecdótico, en no meterse verdaderamente en el interior de lo que se quiere investigar.

3.- Las preguntas que hay que responder en cualquier observación directa

En una observación directa son tres las preguntas que hay que responder:

- a.- ¿Qué es lo que hay que observar?
- b.- ¿Cómo podemos resumir lo que observamos?
- c.- ¿Qué tipo de relaciones debe haber entre observador y observado?

a.- ¿Qué es lo que hay que observar?

El contenido de la observación va a depender de los objetivos de la investigación así como de las hipótesis formuladas al principio. Hay que tener en cuenta que no se puede observar todo lo que tenemos delante de nuestros ojos. En este sentido, hay que especificar desde el principio lo que se va a observar.

Normalmente, la observación comenzará de forma general y se irá concretando a medida que avanza la investigación. Después de hacer un acercamiento general se observarán aquellos aspectos que verdaderamente interesan y que son centrales en la investigación. Es la teoría del embudo que hemos presentado en la entrevista en profundidad y en el grupo de discusión. Según Selltiz es necesario tener en cuenta los siguiente aspectos a la hora de realizar una observación:

1.- Los participantes en el comportamiento: Entre otras hay que intentar responder a las siguientes preguntas cuando analizamos a los participantes: ¿Quiénes son los que participan? ¿Qué tipo de participantes son? ¿Qué tipo de relaciones tienen entre ellos?

¿Cuántos son? En base a todas estas preguntas será necesario recoger la siguiente información:

1. Habrá que observar la edad y sexo de los participantes así como el rol o roles que tienen en el comportamiento que estamos observando.
2. Hay que obtener información sobre las relaciones que se establecen entre los mismos. Entre otros habrá que observar los siguientes aspectos: ¿Son los participantes conocidos o desconocidos entre si? ¿Son miembros de algún organismo, grupo o institución? ¿Que tipo de estructuras o subgrupos hay entre los miembros? ¿Hay personas que tienen una importancia especial?
3. Por último, habrá que analizar la interpretación subjetiva; esto es, cómo ven el comportamiento que se observa los que participan en el mismo.

2.- El entorno en el que ocurre el comportamiento: Un comportamiento social puede ocurrir en diferentes entornos y contextos. Además de analizar las características del entorno es necesario saber qué tipo de comportamientos posibilita, impulsa o restringe el contexto o entorno en el que se realiza la observación. El investigador/a debe situar lo observado en una estructura socio-cultural concreta, dando sentido a lo que observa en base a las características de esa estructura. Como señalan Mayntz et al., “El sentido subjetivo de un comportamiento observable, o sea: lo que el agente pretende con ello o lo que quiere expresar, el ‘por qué’ de su comportamiento, se presentan al observador, incluso en el mejor de los casos, como accesibles sólo de una manera incompleta (a través, por ejemplo, de manifestaciones del actor), y lo mismo sucede con la interpretación subjetiva de la situación por parte del propio actor. Ahora bien, si éste se orienta por las expectativas sociales, específicas de cada situación e institucionalizadas, esto es: se comporta en consonancia con los roles sociales, entonces se puede interpretar su comportamiento en el sentido de la significación conferida por el acuerdo general del entorno”⁵³.

Además del contexto, es necesario analizar las condiciones iniciales que crean el comportamiento o fenómeno que estamos observando así como las respuestas de la

⁵³Mayntz R., Holm K. Hübner P.: *Introducción a los métodos de las sociología empírica* (1980), Op. Cit. pag. 114.

sociedad frente a ese comportamiento; esto es, como ven los del entorno el comportamiento observado.

3.- Los objetivos de los participantes: ¿Los participantes se han reunido por alguna razón oficial o por casualidad? ¿Como reaccionan los participantes ante ese objetivo oficial? ¿Lo aceptan? ¿lo rechazan? Además del objetivo oficial, ¿qué otro tipo de objetivos tienen los participantes? ¿Son compatibles o incompatibles los objetivos de los distintos participantes?

4.- El comportamiento social: En la observación es necesario saber lo que ocurre. Para ello es necesario hacerse las siguientes preguntas: ¿Qué hacen los participantes? ¿Cómo lo hacen? ¿Con quién lo hacen? ¿Con qué lo hacen? ¿Qué es lo que ha creado ese comportamiento? ¿Cuál es su objetivo? ¿Hacia qué o hacia quién se dirige ese comportamiento? ¿Qué tipo de actividad produce en ese comportamiento? ¿Qué tipo de características tiene el comportamiento? ¿Qué tipo de consecuencias tiene el comportamiento observado tanto en los actores como en la sociedad o entorno en el que ocurre el mismo?

5.- Frecuencia y duración: Por último, habrá que responder a este tipo de preguntas: ¿Cuándo ocurrió el comportamiento? ¿Cuándo tiempo duro? ¿Era un comportamiento habitual o especial? Si era un comportamiento que ocurre habitualmente, ¿cada cuánto tipo ocurre? Si era un comportamiento especial, ¿bajo qué condiciones ocurre?

Hay que tener en cuenta que no todas las preguntas presentadas se utilizan en todas las observaciones. En muchos casos, es imposible responder a muchas de ellas porque no podemos acceder a esa información o porque nada tienen que ver con las características del comportamiento que se observa. De todas formas, estas preguntas nos pueden ayudar a estructurar las observaciones que realicemos.

b.- ¿Cómo se resume lo observado?

En relación a esta pregunta hay que responder a dos preguntas: ¿En qué momento y cómo se tienen que tomar las notas?

1.- ¿En qué momento se deben tomar las notas?: En la observación directa el observador recoge sus notas en el mismo momento en el que ocurre el comportamiento. En las observaciones participantes, es decir, en las observaciones en las que el investigador/a forma parte del comportamiento observado, existe el peligro de que se altere el curso normal del comportamiento por la influencia que éste pueda ejercer sobre los participantes (sobre todo porque crea desconfianza). Al mismo tiempo, puede ocurrir que el observador/a no capte la verdadera riqueza del comportamiento al observar y tomar las notas.

En los casos en los que no hay posibilidad de tener una situación privilegiada (una ventana en un sitio estratégico, por ejemplo) para tomar las notas sin ser vistos, se recomienda trabajar de memoria. Es decir, escribiendo lo observado en el período de tiempo más breve posible una vez realizada la observación.

Si la observación es larga, para evitar que el investigador/a olvide aspectos importantes de la observación, se recomienda ir a un sitio discreto a tomar notas. En cualquier caso, tendremos que estar seguros de que con nuestra ausencia no nos perdemos partes importantes del comportamiento observado.

Al acabar la observación es importante realizar un resumen de lo observado para evitar olvidar aspectos importantes.

2.- ¿Cómo se deben tomar las notas? Para responder a esta pregunta debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Si estamos realizando una observación que tiene una buena base teórica; es decir, es un tipo de investigación del que tenemos mucha información, podemos utilizar un protocolo de recogida de datos en el que las variables o conceptos a analizar están previamente codificadas. En este caso, la labor de la observación se hace más fácil ya que la obtención de la información se puede realizar fácilmente marcando cruces en el protocolo.
- Hay que respetar la literalidad de las frases y palabras que han sido utilizadas por los participantes. Hay que acercarse a la realidad lo más posible recopilando la información tal cual es.

- Si la observación se ha realizado en muchos momentos, es decir, no es una observación puntual, podemos encontrarnos perdidos ante una información inmensa. Para evitar esta situación, es importante hacer índices, esquemas y resúmenes de cada una de las observaciones para evitar perdernos.

c.- Relaciones entre el observador y el observado

En la observación directa, a diferencia de otro tipo de técnicas, el observador trabaja en contacto directo con aquellos/as a los que está investigando por lo que es necesario que se sitúe de forma adecuada frente a los mismos. Este es un aspecto importante de la observación ya que su investigación dependerá de su posición ante el grupo. Las preguntas que va a poder realizar, las respuestas que va a poder obtener y los comportamientos que va a poder observar dependerán del papel que adopten ante los observados/as. El observador se puede presentar de diferentes formas ante los observados:

- a.- El observador es desconocido como tal para el grupo que está analizando y participa de una forma natural mientras realiza la observación. Los observados no se extrañan de la presencia del observador entre los mismos.

Ventajas

- El observador no tiene que explicar su presencia. Es parte de la situación o comportamiento que está analizando por lo que no debe explicaciones a nadie.
- En la medida que conoce el entorno cultural puede hacer observaciones más profundas.
- Al formar parte del grupo o del entorno en el que participa, tiene la posibilidad de alargar la observación en el tiempo.

Desventajas:

- Al formar parte del grupo puede ocurrir que no tenga la suficiente distancia respecto del mismo. Al estar demasiado cerca del grupo, lo que para él/ella es normal puede que ser excepcional para otro/a.

b.- El observador que es desconocido para el grupo y participa de forma artificial en el grupo. Es el espía clásico. Se introduce en el grupo y se convierte en parte de su mecánica.

Ventajas

- Si todo sale bien puede ser una buena técnica para obtener información. Obtiene información que de otra forma no se conseguiría.

Desventajas

- Este tipo de observación crea problema morales ya que en últimas instancia se está engañando a las personas que se observa.
- Si los observados se dan cuenta que el investigador/a es un espía la investigación puede peligrar.
- Si bien es difícil, puede ocurrir que el observador se identifique de tal manera con el grupo que pierda la distancia necesaria para llevar a cabo una observación neutral.

c.- El observador es conocido y no participa en el grupo o en el acontecimiento que está investigando.

Ventajas

- La situación es clara. Todo el mundo sabe quien es y por que esta ahí.
- Nadie se extraña de que haga preguntas por lo que puede hacer todas las que quiera.

Desventajas

- ¿Hasta que punto es natural el comportamiento de la gente cuando sabe que el observador esta ahí? La experiencia en este tipo de investigaciones señala que el investigador/a influye en el comportamiento de los investigados. Algunos autores señalan, sin embargo, que una vez pasado cierto tiempo la gente se acostumbra al

observador y se comporta como si éste no estuviera lo que permite obtener buena información.

d.- El observador conocido que se integra en un grupo: adopta un rol. Al adoptar un rol puede llegar a conocer aspectos que de otra forma no se conocerían aunque no se puede olvidar que la gente sabe que es un observador por lo que habrá cosas que nunca podrá descubrir.

Ventajas

- La situación del observador es clara por lo que puede hacer preguntas.
- Al integrarse puede llegar a conseguir información que no conseguiría de otra forma.
- En la medida que el observador es conocido puede teorizar y contrastar sus notas y conclusiones con los observados lo que permitirá enriquecer sus conclusiones.
- Al no ser parte del grupo puede mantener una distancia con el mismo por lo que le permitirá detectar aspectos que pueden pasar desapercibidos para otras personas.

Desventajas

- El grupo sabe que no es uno de ellos por lo que no podrá llegar a conseguir toda la información.
- En la medida que es conocido como observador, puede influenciar el comportamiento del grupo.

Para resumir, podemos decir que la mejor situación es la del observador que es conocido para el grupo. De todas formas, muchas veces no es posible realizar una observación de este tipo por lo que habrá que estudiar otras posibilidades en función de las características y de los recursos de la investigación.

4.- El análisis de la información

Al igual que cuando utilizamos las técnicas que hemos explicado anteriormente, una vez que hemos realizado las observaciones pertinentes y hemos recopilado la información necesaria para llevar a cabo la investigación comienza el proceso de análisis. Hay que

tener presente que no podemos conocer el comportamiento observado tal y como lo viven y lo experimentan los observados. Nos acercamos al mismo de forma indirecta.

Teniendo en cuenta esta limitación, la investigación tiene un objetivo concreto: conocer el significado del fenómeno o comportamiento analizado. Para ello es interesante seguir los siguientes pasos:

- Una vez que tenemos todas las fichas y resúmenes del comportamiento observado, tenemos que empezar a hacer descripciones de lo observado. Además de hacer descripciones basadas en la información cualitativa, habrá que hacer tablas con números absolutos y relativos con las cuantificaciones que hayamos podido realizar. En este primer análisis tendrá mucha importancia la descripción del contexto en el que se hicieron las observaciones (sitio, lugar, momento...) para comprender lo observado.

- Una vez que se ha realizado esta primera descripción, el investigador/a empieza reconstruyendo el significado del fenómeno observado. Deberá interpretar y comprender el significado subjetivo que dan los miembros que han participado en los fenómenos observados y el significado que atribuye al mismo el entorno social en el que ha ocurrido el comportamiento. Como señala Mayntz et al. "...pertenece necesariamente a la observación la comprensión o la interpretación acertada del sentido subjetivo y de la significación social de una acción determinada o de una cadena de comportamientos"⁵⁴. No podemos olvidar que existen muchas posibilidades de quedarnos en la anécdota sin profundizar en el verdadero significado del comportamiento. En este sentido, el investigador/a no puede caer en la mera descripción. Tiene que ir más allá buscando interpretaciones.

5.- La redacción del informe final

Una vez analizada la información, debemos redactar el informe final en el que introduciremos citas, palabras o frases tal cual han sido usados por los observados para dar pleno sentido a nuestras afirmaciones. Al mismo tiempo, el informe deberá tener un anexo en el que presentaremos:

⁵⁴Mayntz R., Holm K. y Hübner P.: *Introducción a los métodos de las sociología empírica* (1980), Op. Cit., pag. 114.

- 1.- Una ficha técnica por cada observación realizada en la que se especificarán las características de cada una de las observaciones (el día, la hora...) así como cualquier característica que pueda ser interesante para comprender las observaciones.
- 2.- La ficha o protocolo de recogida de datos utilizada para la observación

6.- La validez y la fiabilidad de lo observado

Tal y como señalábamos al comienzo del capítulo, los que se oponen a la observación señalan que es una técnica subjetiva que impide conocer las cosas y los fenómenos tal cual son. De todas formas, podemos asegurar la calidad de las observaciones mejorando la fiabilidad y la validez de la observación.

Fiabilidad

La fiabilidad de la observación mejorará:

- 1.- Haciendo protocolos de recogidas de datos en los que las categorías sean exhaustivas y mutuamente excluyentes.
- 2.- Evitando los sesgos que pueda introducir el observador.
- 3.- Minimizando la influencia que puedan ejercer los aparatos de registro de información utilizados (grabadoras de voz, de imagen...).

Unido a la fiabilidad es interesante tener en cuenta cuatro tipos de dificultades que pueden incidir en la calidad de la observación:

a.- Dificultades unidas a la percepción: Debido a problemas unidos a la percepción se puede dar una selección natural de los estímulos. Esta selección natural de los estímulos puede ser debida a distintas razones:

- Por problemas en los medios sensoriales: agotamiento, mala visión...
- Porque es imposible analizar todos los estímulos lo que nos lleva a observaciones parciales.
- Por el efecto de centración: Sin quererlo, a algunos estímulos se les da más importancia que a otros.
- Por el efecto de halo: La impresión anterior afecta a la observación realizada posteriormente.
- Por el efecto de anclaje: Cualquier percepción puede ser sesgada por una percepción anterior.
- Por la selección de la memoria: hay que tener presente que no nos acordamos de todas las cosas. Casi siempre nos acordamos de las cosas positivas o buenas.
- No podemos olvidar que la cultura también afecta a nuestras percepciones.

b.- Dificultades unidas a la personalidad del observador: La personalidad del observador incide en la observación que realiza. Existen diferentes personalidades al respecto:

- Personalidad descriptiva: Tiende a describir lo que ve. Es muy preciso.
- Personalidad evaluativa: Evalúa todo lo que ve.
- Personalidad erudita: todo es interesante, quiere observar todo, analizarlo todo. Da mucha información pero sin coherencia.
- Personalidad imaginativa, poética: Tiende a poetizar.

En este sentido, la mejor posición es la del observador que tiene un equilibrio entre todas estas personalidades.

d.- Dificultades provenientes de la base teórica: La observación tiene que tener una buena base teórica, aunque es necesario ser conscientes de que esa base teórica incidirá en la observación que realicemos. Hay que tener en cuenta que no es posible hacer una observación totalmente neutra.

e.- Dificultades que puede crear la propia técnica: A través de la observación es posible cambiar el comportamiento de los que estamos observando. La gente

tiende a hacerse amigo/a del observador y esto incide en el comportamiento que realizan.

La validez

La validez de la observación mejorará:

1.- Utilizando, si las hay, protocolos de recogida de datos que hayan sido utilizados con éxito en otras investigaciones sobre el mismo tema.

3.- Utilizando cámaras fotográficas, grabadoras de voz, grabadoras de vídeo o aparatos similares que nos permitan registrar lo ocurrido o dicho y, en caso de duda, nos permitan aclarar las inconsistencias, contradicciones o aspectos que no han quedado claros. El problema ante este tipo de aparatos, tal y como lo hemos apuntado en más de una ocasión, es que la gente puede cohibirse antes de los mismos dando lugar a cambios de comportamiento.

4.- La observación la pueden realizar diferentes observadores para, una vez terminada, comparar y contrastar lo observado y ver si se han visto las mismas cosas.

5.- Es bueno hacerse amigo/a de algunas de las personas que participan en el comportamiento o fenómeno observado⁵⁵. En la medida de lo posible con personas que tienen roles y posiciones diferentes en lo que se observa. Esta relación nos permitirá discutir la información y las conclusiones obtenida con estas personas y ver si coincide las versiones de lo ocurrido. Este aspecto es importante tenerlo en cuenta ya que las personas tendemos a perder la finura en la observación a medida que nos vamos acostumbrando a lo que observamos. Lo que llama la atención al principio pierde interés al acostumbrarnos al mismo; se pierde distancia con respecto a lo que se observa imposibilitando analizar el comportamiento en toda su riqueza.

6.- Es interesante pasar las notas o conclusiones de las observaciones a alguien que esté fuera de la investigación. Sus consejos pueden ser interesantes para la

⁵⁵Guash, O.: *Observación Participante*. Cuadernos Metodológicos del CIS, N° 20, CIS, Madrid, 1997, pag. 43.

investigación. Muchas veces el investigador se adentra tanto en el fenómeno observado que pierde la capacidad de crítica.

7.- El sentido común o los valores culturales del observador llevan a interpretar lo observado de una forma personal. En la medida de lo posible hay que estar muy alerta para que esto no ocurra y observar lo que verdaderamente ocurre.

8.- Hay que distinguir entre el comportamiento y la explicación del mismo. No hay que basarse nunca en prejuicios o preconociones sobre lo observado. En la medida de lo posible, y aun siendo difícil, hay que intentar ser imparcial a la hora de explicar los comportamientos.

9.- Hay que controlar la investigación desde el principio. Hay que leer y releer las notas, los resúmenes y los esquemas que se han ido realizando una y otra vez así como las hipótesis que se han planteado desde el principio. Esto es, hay que replantearse la investigación en todo momento para ver si nos estamos olvidando de algo.