

Orientaciones metodológicas para la investigación social

Autor: Daniel de Gracia Palomera

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Aida Sánchez de Serdio Martín

PID_00275792

Introducción

1. El diseño fundamental de investigación

Introducción

1.1. Conceptos y debates teóricos para el diseño de la investigación

1.2. Tipos de investigación

Introducción

1.2.1. La principal lógica de razonamiento

1.2.2. El método de investigación empleado

1.3. La arquitectura del diseño fundamental de la investigación

2. Construcción del marco teórico

Introducción

2.1. Marco teórico

2.2. Utilizar la teoría

3. Metodología

Introducción

3.1. Elección de la técnica a emplear

3.2. Selección de casos

3.3. Acercamiento, contacto y acceso al campo

3.4. El diario de la investigación o cuaderno de bitácora

3.5. Las entrevistas en profundidad

Introducción

3.5.1. Tipos de entrevistas

3.5.2. Guion

3.5.3. Desarrollo de las entrevistas en profundidad

3.5.4. Transcripción

3.6. La observación participante

Introducción

3.6.1. Tipos de observación

3.6.2. La pauta de observación

3.6.3. Desarrollo y cierre

3.7. Encuestas

4. Análisis de información

Introducción

4.1. Análisis cualitativo

4.2. Análisis cuantitativo

5. Elaboración del informe de la investigación

Bibliografía

Introducción

La presente guía metodológica tiene por objetivo explicar, de manera sencilla y esquemática, cómo realizar una investigación social sencilla. Está destinada a estudiantes universitarios, especialmente a aquellos del ámbito artístico, con el fin de que constituya un recurso al que acudir para la realización de tareas, trabajos de asignaturas o cursos relacionados con la sociología del arte. Aunque se exponen todas las fases del proceso de investigación, desde su diseño hasta su presentación, esta guía puede utilizarse para consultar cuestiones más concretas, como las ligadas al diseño o desarrollo de técnicas como la entrevista semiestructurada o la observación participante, y también para realizar un análisis de la información o los datos disponibles. En este sentido, puede que no todos sus contenidos sean necesarios para la realización de un trabajo determinado; el profesorado indicará la guía de lectura más adecuada en cada caso. Aun así, el resto de los apartados pueden resultar útiles e ilustrativos.

La guía se articula en cinco apartados. El primero se refiere al diseño básico de una investigación y en él se definen varios conceptos clave en investigación y se exponen diversos tipos de estudios según la lógica en la que se basan. En el segundo se aborda el papel de la teoría en la investigación social. En el tercero, el más extenso, se dan ciertas claves para la elección de qué técnica utilizar, en función del objetivo o las preguntas de la investigación. Se muestra cómo diseñar varias técnicas y cómo desarrollarlas en el trabajo de campo. El apartado cuarto se dedica a los análisis cualitativo y cuantitativo, haciendo especial énfasis en el primero de ellos. En el quinto y penúltimo epígrafe se ofrece una propuesta de organización de los documentos finales de un trabajo o investigación. Finalmente, se ofrece la bibliografía utilizada para la confección de esta guía.

En la mayoría de estos apartados se ofrecen esquemas para explicar, de una manera didáctica, los pasos a dar en cada fase de una investigación. También se dan ejemplos afines a la sociología del arte, que ilustran y complementan las explicaciones. Por último, el componente ético de la investigación es transversal a toda la guía y se incluye en cada uno de los apartados que lo requieren.

1. El diseño fundamental de investigación

Introducción

Independientemente de su escala, al comienzo de una investigación social es necesario plantearse qué se quiere estudiar y cómo. En definitiva, se trata de elaborar un diseño básico de investigación: el documento de partida en el que se expone el tema de la investigación, el objeto de estudio, los objetivos/preguntas que se formulan y la manera general en la que se aproxima a él. En este apartado se presentan una serie de tipologías, conceptos, debates y herramientas que pueden ayudar a elaborar estas cuestiones básicas del diseño de la investigación.

1. El diseño fundamental de investigación

1.1. Conceptos y debates teóricos para el diseño de la investigación

Cuando se elaboran diseños de investigación social, suele existir cierta confusión respecto a sus elementos. Con el fin de aportar claridad terminológica, se definen a continuación algunos conceptos básicos (Serrano, 2015b).

Hipótesis: este término es bastante vago y ambiguo. Dado el carácter introductorio de esta guía, la definición que se utilizará es la siguiente: una hipótesis es la respuesta a cada uno de los objetivos o preguntas de investigación, que se enuncia al comienzo del proceso de investigación y que tiene un carácter todavía incierto hasta que la investigación la confirme, contradiga o modifique. En este sentido, las hipótesis son más guías para orientar la investigación que certezas a confirmar.

Objetivo: el objetivo de la investigación es el tipo de resultado que se quiere alcanzar a su finalización. Los objetivos de la investigación suelen dividirse en los siguientes:

- **Objetivos generales:** muestran cuál es el propósito más general que se pretende alcanzar. Suele haber uno o dos y tienen relación con el impacto que se quiere que tenga la investigación.
- **Objetivos específicos:** indican aspectos muy concretos sobre los que se quiere ampliar el conocimiento.

Por ejemplo, en una investigación cuyo tema es la inserción laboral y su objeto son los artistas visuales jóvenes, un objetivo general sería «tipologizar cómo son los itinerarios de inserción laboral de los artistas visuales jóvenes», y dos objetivos específicos podrían ser «conocer si sus valores ético-políticos influyen en las posibilidades de inserción» e «identificar los distintos discursos de los artistas visuales jóvenes sobre la calidad de su formación artística y sobre el estado del mercado laboral para ellos/as». Los objetivos siempre se formulan utilizando un verbo en infinitivo al comienzo. Algunos de los más utilizados son: analizar, conocer, enunciar, identificar, describir, probar, exponer, evaluar, relacionar, comparar e interpretar.

Objeto: es el colectivo (social o individual) o ámbito sobre el cual se realiza la investigación. Algunos ejemplos de objetos de investigación en el ámbito del arte podrían ser: los artistas visuales jóvenes, un museo determinado, los comisarios de arte contemporáneo, etc.

Pregunta de investigación: las preguntas de investigación se utilizan para el mismo fin que los objetivos de la investigación, es decir, para concretar cómo deben ser y a qué deben responder los resultados de la investigación. Es perfectamente posible utilizar preguntas de investigación en lugar de objetivos. Siguiendo el ejemplo anterior de una investigación cuyo tema es la inserción laboral y su objeto son los artistas visuales jóvenes, la pregunta de investigación general sería: «¿qué tipos de itinerarios para la inserción laboral existen?», y las preguntas de investigación específicas: «¿cómo influyen sus valores ético-políticos en sus posibilidades de inserción laboral?» y «¿cuáles son sus discursos sobre la calidad de su formación artística y sobre el estado del mercado laboral para ellos/as?».

Tema: el tema de la investigación es el subámbito de la realidad social que se investiga, que no llega a ser ni muy concreto, ni muy amplio. Si la disciplina es la sociología del arte, algunos ejemplos de temas serían: el sistema del arte, el mercado económico del arte, la conservación, las exposiciones, la desigualdad de oportunidades de acceso a la cultura, etc.

Teoría: una teoría social es un conjunto de proposiciones que, a la vez que dan una visión sobre la realidad social o alguno de sus ámbitos, sirven para orientar el diseño metodológico y el análisis de la información en la investigación. Las teorías suelen contener conceptos y relaciones entre ellos, que permiten analizar, explicar y comprender el ámbito de la realidad social que se está investigando. Además, pueden servir para generar hipótesis. En el segundo apartado de la guía, se detalla de manera más completa su utilidad.

1. El diseño fundamental de investigación

1.2. Tipos de investigación

Introducción

Existen diversos tipos de investigación según el criterio de clasificación empleado. Dado el carácter práctico de esta guía, aquí se agrupan según la principal lógica de razonamiento en la que se basan, y el método utilizado. La presentación de estas tipologías está orientada, además, a dar pistas e ideas sobre posibles investigaciones alrededor de los agentes artísticos.

1. El diseño fundamental de investigación

1.2. Tipos de investigación

1.2.1. La principal lógica de razonamiento

Siguiendo el primero de los criterios, **la principal lógica de razonamiento**, existen dos tipos: la investigación de lógica inductiva y la investigación de lógica deductiva.

La investigación de lógica inductiva

Es un tipo de investigación que se caracteriza por construirse desde lo particular a lo general. Normalmente se desarrolla para ampliar el conocimiento que se tiene sobre un objeto de estudio concreto o una parcela de la realidad social, porque no se han estudiado con anterioridad, porque son muy específicos o porque no existe un conocimiento profundo acerca de los mismos. Este tipo de investigación tiene el objetivo de construir teorías o hipótesis que permitan describir, explicar o evaluar el fenómeno de interés.

El proceso normal que suele seguir una investigación inductiva consiste en delimitar un objeto de estudio; plantearse una o varias preguntas de investigación acerca del mismo; partiendo de estas preguntas, seleccionar y adaptar las técnicas de investigación a emplear; desarrollar dichas técnicas (lo que se conoce como «trabajo de campo»); analizar los datos y la información obtenida, y responder a las preguntas de investigación planteadas al comienzo de la forma más completa posible. Estas respuestas se pueden convertir en hipótesis y teorías aplicables a otros casos u objetos de investigación similares.

Por ejemplo, si se quiere comprender cómo una institución construye los criterios específicos según los cuales financia unos proyectos artísticos y no otros, se seleccionaría una perspectiva teórica que pueda ayudar a comprender e interpretar dichos criterios de selección, una o varias instituciones y una técnica de investigación, como la entrevista en profundidad, para preguntar a los agentes decisores de esa institución sobre la selección de sus criterios. Se llevarían a cabo las entrevistas y, con la información recogida, se trataría de realizar un análisis, basado en la perspectiva teórica seleccionada, que permitiera concluir con una respuesta a la pregunta de investigación, como la siguiente: «las características biográficas de los decisores de la institución, que consideran que tuvieron una formación de carácter muy clásico y reaccionan contra ella, son el principal motivo por el que esta institución únicamente financia proyectos de arte experimental».

La investigación de lógica deductiva

Es un tipo de investigación que va de lo general a lo particular. Normalmente se desarrolla con el objetivo de comprobar si algo es cierto o no (o hasta qué punto). Ese «algo» es lo que comúnmente toma la forma de una hipótesis. El proceso normal de este tipo de investigación de lógica deductiva comienza con la enunciación de una hipótesis que responde a una pregunta de investigación concreta. La generación de esa hipótesis puede seguir múltiples caminos, de entre los que destacan dos:

- La lectura de teorías, investigaciones anteriores o la realización de una investigación de lógica inductiva, en cuyo resultado final se propone una teoría o unas hipótesis.
- La deducción de una o varias hipótesis desde una teoría sociológica.

Una vez se enuncia una hipótesis, se eligen y se diseñan las técnicas de investigación que mejor servirán para responder si la hipótesis es cierta o falsa. Posteriormente, se desarrolla el trabajo de campo y, con el análisis de los datos e información obtenidos en él, se llega a una conclusión acerca de si la hipótesis que responde a la pregunta de investigación concreta es cierta o no lo es.

Siguiendo el ejemplo anterior: ante la pregunta de cuáles son los motivos por los que una institución construye unos criterios específicos para la financiación de proyectos artísticos, la investigación deductiva acudiría primero a la teoría y al conocimiento anterior para formular una respuesta que se cree probable, esto es, una hipótesis, como la siguiente: «la ideología de los decisores de la institución influye en el tipo de proyectos que financian». El desarrollo de las técnicas de investigación debe estar enfocado a conseguir información que permita falsar esa hipótesis. Si, efectivamente, la afirmación recogida la contradice, esta queda refutada. Si, por el contrario, la información parece apoyarla, esa hipótesis queda reforzada. Además de la conclusión alcanzada sobre la hipótesis, se pueden proponer nuevas hipótesis que deberían ser comprobadas en futuras investigaciones.

Aunque puedan parecer distintos, estos dos tipos de investigación nunca son tan puros y antagonistas como aquí se presentan. Es común que en las investigaciones de lógica inductiva se generen una serie de expectativas (que serían hipótesis), que según avanza el análisis se van consolidando hasta que se convierten en conclusiones. De la misma manera que, en las investigaciones de lógica deductiva, es normal que su final no sea concluir si la hipótesis inicial es cierta o falsa, sino decir cuánto se tiene que modificar para que se adecúe a los datos obtenidos. Incluso es frecuente que se cuente con varias hipótesis alternativas y se acabe diciendo cuál de las dos (o tres, o cuatro) se adecúa más a lo encontrado. Se puede decidir, pues, seguir uno u otro modelo, u optar por una vía intermedia.

1. El diseño fundamental de investigación

1.2. Tipos de investigación

1.2.2. El método de investigación empleado

En relación con el criterio del **método de investigación empleado**, se presentan tres tipos, aunque existen muchos más.

Método histórico

Se caracteriza por intentar responder a las preguntas de investigación planteadas mediante el conocimiento de cómo el objeto de investigación ha llegado a ser como es y por qué. En este tipo de investigación se intentan encontrar las causas de una situación actual en el pasado. Si el objeto de la investigación es un agente individual, podría tomar el nombre de «método biográfico», en tanto que la vista al pasado, en este caso, se realiza mediante una reconstrucción de su biografía.

Siguiendo con el ejemplo de los motivos por los que una institución construye unos criterios específicos para la financiación de proyectos artísticos, en este método las técnicas de investigación se focalizarían en conseguir información acerca de la historia de la institución elegida y examinarían qué relación existe entre esta y el tipo de proyectos que financia.

Método comparativo

Este método tiene dos vertientes que pueden ser utilizadas al mismo tiempo o de manera independiente. Ambas comparan casos con el objetivo de identificar y analizar similitudes y diferencias, como una forma eficaz de conocer las estructuras sociales comunes y las especificidades de la agencia de los actores sociales.

- **Método de estudio de caso(s):** el estudio de caso es el análisis en profundidad de uno o varios objetos de investigación. La intención de este método es alcanzar un conocimiento profundo sobre uno o varios aspectos de dicho objeto, siempre poniéndolo en relación con otros. En el supuesto de estudiar un único caso, la comparación de este se realiza a través del diálogo con otras investigaciones o informaciones acerca de otros casos similares, de tal manera que se puedan comprobar similitudes y/o diferencias. No obstante, aunque sea más trabajoso, también es posible que una misma investigación estudie dos o más casos entre los que realizar dicha comparación. En el ejemplo de los criterios según los que una institución financia unos proyectos artísticos y no otros, este método seleccionaría varias instituciones y analizaría sus diferencias y semejanzas, intentando encontrar en unas y otras la explicación de sus criterios de financiación.
- **Método casiexperimental:** inspirado en los experimentos de laboratorio, la lógica que subyace a este método es la comparación de casos muy similares, pero que contengan una diferencia específica. El objetivo es conocer cómo influye esa diferencia en el ámbito de interés para la investigación. En este caso, en una hipotética investigación, se elegirían dos casos que no compartieran algunas variables que se creen decisivas o influyentes sobre el objeto o hecho de interés. Las diferencias de criterios finales para la financiación de proyectos que se veían en el ejemplo solo serían atribuibles a esas variables distintas. En investigación social, este tipo de diseño es raro y muy complicado, ya que pocas veces se encuentran dos casos idénticos salvo en alguna variable. En realidad, suelen ser muchas más.

Método evaluativo

Lo distintivo de este tipo de investigación es que el objetivo de investigación es un proyecto o un programa, y no otro tipo de agentes o estructuras, del que se quiere emitir un juicio de valor sobre su funcionamiento, generalmente con la intención de detectar fallos y enmendarlos. Aunque existen muchas perspectivas o modelos de evaluación, aquí se presenta en la forma teorizada por Weiss (1990), la llamada *teoría del programa*, que consiste en identificar en qué medida los mecanismos y supuestos ocultos (las hipótesis, la teoría del programa), que subyacen al proyecto o programa que se está evaluando, satisfacen uno o varios criterios que los/as investigadores/as creen relevantes (Weiss, 1995). Es «un proceso que, en primer lugar, identifica cómo funciona la intervención y qué resultados pretende obtener construyendo un modelo teórico del programa y, en segundo lugar, estructura todo el proceso de indagación a través de dicho modelo teórico» (Ligero Lasa, 2011, pág. 19). De esta forma, no solo se puede evaluar si se van a lograr los objetivos del programa (criterio de eficacia), sino también otros sobre cómo se van a conseguir dichos objetivos (criterio de coherencia), si son oportunos (criterio de pertinencia), u otras características relacionadas con otros criterios de valor (Ligero Lasa, 2011, pág. 19).

Simplificando, este –flexible– enfoque de evaluación sigue los siguientes pasos:

- conocer en profundidad cómo funciona el programa o intervención a evaluar mediante la identificación de sus objetivos, las necesidades o problemas que intenta resolver, la estrategia que sigue y el contexto que le rodea;
- construir una o varias preguntas de investigación a partir de los criterios de valor seleccionados; y
- responder a esas preguntas de evaluación.

Para completar estas fases, es fundamental disponer de mucha información acerca del programa evaluado y desarrollar técnicas de investigación como las entrevistas en profundidad o la observación participante. Este tipo de evaluación se puede realizar antes, durante o después de que se implemente el programa o proyecto, siempre que las preguntas que se planteen sean abordables desde el estadio en el que se encuentre el programa.

Por ejemplo, si se imagina una intervención de un museo que consiste en realizar visitas guiadas de algunas obras en clave feminista, lo primero que se debería hacer es reconstruir la teoría de ese programa: para ello, es necesario analizar la información disponible y desarrollar técnicas que permitan identificar cuáles son sus objetivos, las necesidades o problemas que se intentan subsanar, la estrategia que se pone en marcha para alcanzar los objetivos y el contexto que rodea el programa. Después, se deben elegir criterios de valor de interés para la evaluación y enunciar qué preguntas de evaluación se quieren responder. Algunos posibles ejemplos de criterios y preguntas asociadas son los siguientes:

- Pertinencia: ¿es necesaria una visión feminista de las obras del museo?, ¿por qué?
- Coherencia externa: ¿esta actividad es coherente con el resto de actividades o acciones del museo?, ¿existen contradicciones entre algunas de ellas y esta intervención?
- Coherencia interna: ¿en qué medida el contenido y la dinámica de las visitas guiadas ayuda a la consecución de los objetivos planteados?
- Verosimilitud: ¿cuenta el museo con los recursos y el tiempo necesarios para desarrollar el programa?

Aunque existen muchos más criterios de evaluación (eficiencia, adecuación, etc.), los cuatro presentados en este ejemplo son los más comunes a la hora de realizar evaluaciones de programas o proyectos a partir de este enfoque de la teoría del programa.

Una vez construidas las preguntas de evaluación, se deben desarrollar técnicas de investigación, como las propuestas en esta guía, para poder ofrecer sus respuestas.

Antes de terminar este apartado, conviene recordar que las tipologías presentadas en esta guía son una versión reducida de algunos modelos ideales de investigación y deben tomarse como meras guías que sirvan para generar mejores ideas y proyectos de investigación. Nada impide mezclar partes de varios de ellos, siempre que dichas decisiones estén justificadas y sean coherentes. En los siguientes apartados de esta sección se presentan algunas aclaraciones de conceptos y debates teóricos que pueden ayudar a contextualizar y entender mejor estos tipos ideales de investigación social y, en definitiva, a construir y realizar una mejor propuesta propia.

1. El diseño fundamental de investigación

1.3. La arquitectura del diseño fundamental de la investigación

Aunque existen múltiples maneras o arquitecturas para ordenar y presentar los diseños de investigación, se muestran aquí, a modo de resumen y repaso de este apartado, las partes fundamentales con las que debería contar todo buen diseño previo de investigación.

Una **introducción** donde se deja claro el tema de la investigación y el interés que tiene la misma o cómo ha surgido ese interés. Idealmente, debe terminar haciendo una breve referencia al objeto de la investigación y al objetivo general de la investigación, que se presentarán y ampliarán en los epígrafes posteriores. Es conveniente exponer el contexto social-económico-político-artístico en el que transcurrirá la investigación y lo que se investiga.

Una definición clara y concisa del **objeto de la investigación**. Además de seleccionar el colectivo (social o individual) o el ámbito que se va a estudiar, es necesario delimitar o definir los conceptos que, *a priori*, puedan ser ambiguos o imprecisos. También habría que delimitar el espacio/lugar y el tiempo en el que se enmarca la investigación. Volviendo al ejemplo de la investigación sobre los artistas visuales jóvenes, se debe decir qué se entiende por *artista visual*, qué se entiende por *joven*, así como el ámbito territorial y temporal de la investigación.

Los **objetivos/preguntas** (generales y específicos) de la investigación, e indicar si se van a utilizar hipótesis. Para todo esto conviene hacer uso de las tipologías de investigaciones sociales antes presentadas, de tal manera que la investigación se pueda adscribir a uno o varios tipos.

En caso de que se utilicen, se deben enunciar claramente todas las **hipótesis** (respuestas apriorísticas a las preguntas) y asociar cada una a los distintos objetivos específicos o preguntas de investigación planteadas. Si no se van a utilizar hipótesis para su comprobación, como en el caso de las investigaciones con razonamiento más inductivo, este apartado no es necesario.

Una vez definidos el tema, el objeto, los objetivos, las preguntas y las hipótesis de la investigación, ya se dispone del armazón básico, pero aún faltan por definir algunas partes importantes del diseño como el marco teórico y la metodología.

2. Construcción del marco teórico

Introducción

En este apartado se intentará responder a dos bloques de preguntas. El primero tiene que ver con conocer el estado de la cuestión, respondiendo a preguntas tales como: ¿cuál es el contexto académico de mi investigación?, ¿existen investigaciones similares realizadas en el pasado?, ¿cómo elijo una teoría que me ayude a diseñar la metodología e interpretar la información que recabe? El segundo, por su parte, se dedica a resolver la siguiente cuestión: ¿qué papel va a jugar la teoría social en la investigación?

2. Construcción del marco teórico

2.1. Marco teórico

El apartado de marco teórico debe «enmarcar» la investigación, es decir, ubicarla en una posición teórica concreta. Para ello, el primer paso es realizar una búsqueda bibliográfica de otras investigaciones o estudios que tengan unos objetivos similares o hayan abordado de manera similar el objeto de estudio de la investigación. Su extensión y profundidad debe ser acorde al encargo o al trabajo requerido. Así, mientras que para una tesis doctoral este apartado puede contener cientos de páginas, en un trabajo para una asignatura de grado puede ocupar un par de páginas, las que sean suficientes para mostrar que se conocen los enfoques teóricos de las investigaciones anteriores.

Las investigaciones que se encuentren en la bibliografía académica pueden buscarse y presentarse de diversas maneras. Aquí se sugieren dos posibilidades:

- **Búsqueda y ordenación cronológica:** este criterio trata de orientar la búsqueda y la ordenación por escrito de los marcos teóricos según el momento o época en la que se propusieron. El objetivo de esta ordenación es describir cómo ha ido cambiando la mirada sobre el tema y objeto de estudio y tener suficientes elementos para encajar o ubicar el trabajo.
- **Búsqueda y ordenación según el alcance de la teoría/perspectiva:** otra manera de ordenar el marco teórico y el estado de la cuestión consiste en mostrar los debates y las disputas entre dos o más teorías, o entre dos o más investigaciones concretas. A partir de ahí, será más fácil ubicar la investigación, señalando en qué puntos se está de acuerdo o en desacuerdo con lo realizado anteriormente y posicionándose en los debates.

Para encontrar todas esas referencias, trabajos, perspectivas, debates y teorías necesarias en la construcción del marco teórico, se puede recurrir a lo siguiente:

- **El propio bagaje teórico:** es probable que, si se tiene un conocimiento anterior sobre el tema u objeto de estudio, se sepa de antemano qué trabajos y opiniones existen al respecto, facilitando su búsqueda, comprensión y exposición.
- **Entrevistas o consultas a expertos:** una manera sencilla, sobre todo si se tiene el contacto de alguien que conoce el tema, es preguntarle o entrevistarle acerca de las distintas perspectivas que se tienen sobre el mismo. Suele ser útil para conocer autores que luego se pueden buscar en internet o por otros medios.
- **Diccionarios o enciclopedias generales, de ciencias sociales o de sociología:** puesto que rara vez un concepto tiene una definición unívoca en ciencias sociales, estas publicaciones tienen el fin de realizar un repaso histórico a su abordaje e introducir brevemente las perspectivas y debates sobre el concepto. Son como un marco teórico en miniatura, que puede ser suficiente en algunos casos. No hay que olvidarse, ni en este caso ni en otros, de citarlos adecuadamente.
- **Trabajos previos propios o ajenos con un marco teórico ya elaborado:** si se dispone o se encuentra una investigación publicada sobre el tema u objeto en cuestión, es altamente probable que incluya un marco teórico ya elaborado. No se trata de copiarlo, por supuesto, y además pueden ser de una extensión, una complejidad y una profundidad distintas a las exigidas. Pero, además de dar pistas para construir y ordenar el nuestro, las citas y referencias incluidas permiten acudir a esas fuentes directamente para así tener más información.
- Por último, **las bases de datos de artículos y trabajos académicos:** aunque muchas de ellas son de pago, existen algunas en abierto, como Google académico, que utiliza el mismo sistema del buscador Google, pero solo ofrece publicaciones académicas en sus resultados. Las bibliotecas universitarias, además de sus archivos físicos, cuentan con sistemas de búsqueda similares al de Google y ofrecen soporte, tutoriales y otros materiales para guiar esa búsqueda.

En cualquier caso, la extensión y la profundidad de esta búsqueda dependerán de la envergadura del trabajo que se vaya a realizar. Como se comentaba antes, un par de páginas pueden ser suficientes para presentar el marco teórico de un trabajo académico breve.

2. Construcción del marco teórico

2.2. Utilizar la teoría

Una vez encontradas las fuentes de información y realizada esa exposición de los antecedentes teóricos, autores y debates, siguiendo algunas de las dos propuestas ofrecidas o cualquier otra similar que permita enmarcarla, es momento de hacer explícita cuál será la perspectiva teórica o la teoría que se utilizará en el desarrollo de la investigación. Este posicionamiento se realiza utilizando los debates o contraposiciones que se han expuesto, explicando cuál es la propia mirada sobre cada uno de ellos. La teoría o perspectiva que se elija, siempre de manera justificada, ayudará en la selección de las ideas y de los conceptos más importantes que se utilizarán para pensar sobre el objetivo de investigación y, posteriormente, analizarlo.

La explicitación de la perspectiva teórica o la teoría desde la que se desarrolla la investigación debe consistir en un resumen de sus ideas y conceptos principales. De nuevo, la extensión y la profundidad de esta presentación tienen que ser acordes y proporcionales al trabajo que se propone realizar. A continuación, se expone un ejemplo basado en un caso real, en el que se evidencia cómo cambia el objeto de estudio si se mira a través de una perspectiva teórica u otra.

Si se imagina que en una investigación se intenta conocer cómo actúan los visitantes de un museo de arte contemporáneo y, de acuerdo con esto, organizarlos en tipologías de visitantes, primero se pueden exponer estadísticas ya existentes sobre percepciones sobre cultura, prácticas culturales y gasto cultural privado, o bien sobre hábitos culturales (como las que publica Eurostat o el Ministerio de Educación y Cultura). Luego, se puede realizar un repaso de las diversas teorías existentes sobre el tema del consumo cultural y, en concreto, sobre el objeto de estudio, los visitantes de museos, ya sea cronológicamente o en forma de debate. Una vez presentado el estado de la cuestión, se debe tomar una decisión acerca de la perspectiva teórica que se va a utilizar. Para ver la importancia de esta decisión, se compararán las implicaciones de utilizar una teoría u otra para analizar el mismo objeto de estudio.

Por un lado, si se escoge la teoría estructuralista de Bourdieu, de gran aceptación en el ámbito de la sociología del arte y que está expresada en estudios como *El amor al arte* (2003/1969) o *La distinción* (2006/1979). Desde esta perspectiva, se concibe que la visita está motivada por factores socioeconómicos ligados al estatus social de una persona, como el capital cultural acumulado, y que el comportamiento durante la misma estará muy influenciado por las disposiciones adquiridas durante la socialización, el capital cultural y el gusto artístico desarrollado. A la hora de explicar estas ideas o hipótesis derivadas de la teoría seleccionada, es necesario definir sus conceptos principales, como los de *campo*, *habitus*, *capital cultural* o *capital simbólico*.

Estas ideas y conceptos de la teoría de Bourdieu sirven para orientar el trabajo de campo, que implicará seleccionar una muestra de visitantes y realizar observaciones, cuestionarios y entrevistas mediante las cuales obtener información acerca del estatus sociocultural de los visitantes estudiados. Y también serán fundamentales a la hora de interpretar los datos e información recabados. De este modo, el resultado de una investigación realizada desde esta perspectiva teórica podría ser el establecimiento de tipologías de visitantes según su modo de conducirse en el museo y de dar sentido a sus preferencias según su posición socioeconómica (nivel de estudios, perfil laboral, nivel de ingresos, etc.). Puede verse un ejemplo de este tipo de análisis en Dirsehan y Yalçın (2011).

Véase ahora lo que implicaría abordar este ejemplo de investigación mediante una perspectiva microsociológica como, por ejemplo, la teoría dramaturgica. Se trata de una posición teórica menos hegemónica a la hora de abordar el comportamiento cultural y más alejada del polo estructural representado por Bourdieu. Es, pues, una elección más original. La teoría dramaturgica, expuesta en la obra de Goffman, *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (2012/1956), parte de la idea de que cuando un individuo «se presenta ante otros tendrá muchos motivos para tratar de controlar la impresión que ellos reciban de la situación» (Goffman, 2012, pág. 29), de una manera similar a la que utilizan los actores y actrices durante una obra de teatro. Los visitantes del museo tratarían de desarrollar un comportamiento acorde con lo que la audiencia espera de ellos, siendo esta audiencia el resto de los visitantes, la seguridad del museo e incluso la propia visión que se tiene de uno/a mismo/a, es decir, tratarían de presentarse de una manera idealizada. De nuevo, la explicación de estas ideas teóricas se tiene que acompañar de las definiciones de sus conceptos, tales como *fachada*, *audiencia*, *vestuario* o *control expresivo*.

De nuevo, la teoría elegida condiciona los métodos a emplear y los aspectos a averiguar. En el caso de la teoría dramaturgica, las técnicas de investigación a desarrollar serán la observación y la entrevista, para detectar las conductas o actuaciones, así como las expectativas de su audiencia y las normas sociales que los visitantes del museo (o actores) creen que rigen su actuación (véase que, en este caso, el nivel socioeconómico de los visitantes es irrelevante). Un resultado de este tipo de investigación podría ser una serie de perfiles dramaturgicos según la impresión que cada visitante pretende producir durante su estancia en el museo. Puede verse un análisis de esta perspectiva en Gracia (2014).

3. Metodología

Introducción

Este apartado está dedicado a conocer y diseñar los instrumentos que permitirán recoger y analizar información para responder a los objetivos o preguntas de la investigación.

3. Metodología

3.1. Elección de la técnica a emplear

Lo siguiente a decidir, una vez definidos los objetivos o las preguntas de investigación, así como el marco teórico, es qué técnica de investigación se va a utilizar. Debido al carácter introductorio y práctico de esta guía, únicamente se van a exponer los ámbitos de pertinencia, el diseño y el desarrollo de tres técnicas: la entrevista, la observación y, en menor grado, la encuesta, por ser las que más probablemente se utilicen en un estudio de pequeña escala.

Aunque existe mucha flexibilidad a la hora de tomar esta decisión sobre las técnicas, siempre que se justifique bien, se dan aquí una serie de pautas generales para saber qué técnica usar según lo que se quiere estudiar:

- Si se desea investigar lo simbólico, los ritos sociales, las normas, los símbolos o las pautas de interacción es lógico hacerlo mediante una observación participante, puesto que permite detectar acciones y relaciones tal y como las llevan a cabo los sujetos en un tiempo y lugar concretos.
- Si el objetivo es estudiar comportamientos, actitudes, opiniones, intereses y trayectorias vitales es más adecuada la técnica de la entrevista en profundidad y, en la medida de lo posible, la técnica de la encuesta. Con la primera, los sujetos pueden argumentar sus ideas y creencias en sus propios términos, y con la segunda es posible recogerlas de forma más codificada.

Por ejemplo, si se desea conocer un rito como es la visita a un museo, o incluso conocer las normas sociales que sigue el público en un recinto artístico, la técnica de la observación permitirá recoger y analizar una información clave para completar ese objetivo, como por ejemplo los desplazamientos de los visitantes, las interacciones que establecen entre sí, con las obras o con los elementos informativos de las salas, etc. Si, por el contrario, se desea averiguar qué es lo que motiva a un miembro del público a visitar un museo, la técnica de la entrevista en profundidad permitirá recorrer su biografía, trayectoria formativa, intereses personales, etc.

Tabla 1. Asociaciones entre técnicas y tipos de objetivos

Qué se quiere conocer	Técnica apropiada
Lo simbólico, los ritos sociales, las normas sociales o las pautas de interacción.	Observación.
Comportamientos, actitudes, opiniones, intereses y trayectorias vitales.	Entrevista en profundidad o encuesta.
Discursos.	Entrevista en profundidad.

Fuente: elaboración propia y Serrano (2015a).

3. Metodología

3.2. Selección de casos

Una vez que se ha seleccionado qué técnica o qué técnicas se van a emplear en la investigación, es necesario concretar a quién se va a entrevistar u observar, es decir, seleccionar los casos. Es lo que se denomina *diseño muestral* o *diseño de la muestra*, que, en el caso de servir para entrevistas u observaciones, se llama *diseño muestral cualitativo*. Este diseño muestral no es necesario si el objeto de la investigación es un actor social único, ya que el caso o muestra es ese mismo actor. El diseño muestral para encuestas se aborda brevemente en el apartado 3.7., dedicado exclusivamente a dicha técnica.

La herramienta principal para realizar muestras cualitativas es el casillero tipológico. En él se trata de identificar qué perfiles son los más idóneos para obtener un conocimiento lo más completo posible sobre lo que se quiere investigar. Para ello, se seleccionan dos o tres variables que pueden influir en lo que se quiere descubrir, y se cruzan. Cada casilla se convierte así en un tipo de caso potencialmente entrevistable u observable. De entre todas esas casillas, se puede elegir un número concreto de tipos que se considere suficiente. El objetivo es conseguir una diversidad de los sujetos entrevistados que permita mostrar la influencia de las variables en el fenómeno que se quiere estudiar. En una investigación de pequeña escala, no es necesario elegir a más de uno o dos de esos tipos. Si se investiga un actor individual este sería el entrevistado, aunque también sería interesante entrevistar a otros agentes que se relacionen con él para tener otras perspectivas sobre su acción. Si se investiga un actor institucional puede ser necesario entrevistar a dos o tres personas.

Por ejemplo, si en la investigación se quieren analizar las opiniones y actitudes sobre el arte que tiene un colectivo determinado, se puede pensar que las siguientes variables pueden influir en las respuestas que se obtengan:

- la clase social, que puede ser dividida en baja, media y alta;
- el género; y
- la edad, dividida en dos grupos, jóvenes y mayores.

El casillero tipológico que se obtendría sería el siguiente:

Tabla 2. Ejemplo de selección muestral con casillero tipológico

	Clase alta	Clase media	
20-30 años	Tipo 1	Tipo 2	Mujer
	Tipo 3	Tipo 4	Hombre
50 o más años	Tipo 5	Tipo 6	Mujer
	Tipo 7	Tipo 8	Hombre

Fuente: elaboración propia.

Ahora se podrían elegir, de entre todos, los tipos o perfiles 1, 4, 6 y 7, y de este modo se tendrían a dos personas por cada categoría de cada variable. Hay que tener en mente que, idealmente, se pueden seleccionar varios casos o personas de un mismo tipo, para así dar más solidez a los resultados. Es posible que antes de realizar este diseño muestral, e incluso antes de diseñar o definir los aspectos anteriores de esta guía, ya se sepa a quién se va a observar o entrevistar y toda la investigación se diseñe a partir de ello. En este caso, es igualmente recomendable realizar el casillero tipológico, pues permite ubicarlo en una posición y conocer más acerca de las potencialidades y limitaciones de la investigación que se lleva a cabo.

3. Metodología

3.3. Acercamiento, contacto y acceso al campo

Una vez seleccionados los tipos o perfiles de personas que se van a observar o entrevistar, o los lugares que se van a observar, comienza el proceso de acercarse al campo y de contactar con las personas adecuadas. Este proceso puede que se vea facilitado por una relación personal previa y que, como se comentaba, este haya sido el primer paso en el proceso de investigación. Si es así, estáis de enhorabuena. Si no, a continuación, se exponen una serie de directrices y recomendaciones para detectar y contactar sujetos para el estudio.

En primer lugar, es recomendable realizar una búsqueda exhaustiva sobre qué actor o actores son los más convenientes para responder a los objetivos o preguntas de la investigación y entran en el perfil que se busca. El perfil del casillero tipológico puede ser ampliado con otras características relacionadas con el nivel de accesibilidad y disponibilidad. Es importante que se prioricen a actores o instituciones con los que se haya tenido una relación previa o con los que alguna persona del entorno y de confianza haya tenido contacto. A partir de ahí, se puede investigar en internet si existe una cercanía física y/o una disponibilidad de fechas y horarios para realizar entrevistas presenciales u observaciones participantes. En función de todos estos factores conviene construir un listado, ordenado jerárquicamente por la facilidad de acceso *a priori*, y utilizar este listado para establecer el contacto.

Para empezar el proceso, lo más útil suele ser contactar vía correo electrónico. Las direcciones de correo son más fáciles de encontrar y, además, este medio otorga mucha más flexibilidad horaria al contactado/a para poder responder. No obstante, para actores constituidos como instituciones, no es descartable usar la vía telefónica, ya que las negativas suelen reducirse.

A la hora de enviar el correo electrónico, es importante escribir con concisión y claridad, tanto en el asunto como en el cuerpo del mensaje. Se debe dejar claro, primero, quiénes sois (estudiantes de una universidad, de alguna asignatura, etc.); segundo, qué estáis haciendo que tiene relación con la persona contactada (un trabajo para una asignatura, una investigación, etc.), y, tercero, la petición concreta que se le hace y para cuándo. Esta petición constituye el inicio de un proceso de negociación en el que se debe ser muy flexible. Es importante utilizar un lenguaje adecuado al interlocutor/a, dirigirse a este/a con cortesía (ya que, al fin y al cabo, le estáis pidiendo que os dedique su tiempo y atención), y legitimarse mencionando nombres de instituciones o conceptos compartidos, que demostrarán un cierto conocimiento y harán más probable la colaboración. Si se ha hecho alguna investigación previa sobre el agente o institución, será más fácil demostrar que vale la pena responder al correo.

La comunicación que se inicia debe mantener siempre un alto grado de transparencia, dejando claros los objetivos de la investigación o los objetivos de la entrevista u observación que se quiere hacer. Cuantos más detalles se den acerca de cómo se quieren desarrollar estas técnicas, mejor. Por este motivo, se pueden adelantar ciertos temas o preguntas generales de los guiones o pautas. También es muy importante dejar claro el compromiso ético y de respeto a la legalidad, sobre todo en lo relacionado con el tratamiento de datos. Por ello, es recomendable utilizar consentimientos informados. Un consentimiento informado es un documento donde la persona contactada acepta participar en la investigación una vez que la persona investigadora expone lo siguiente en dicho documento:

- Quién realiza la investigación y por qué.
- Cuáles son los objetivos de la investigación en general y de la entrevista u observación en particular. En el caso de un trabajo académico, conviene especificar que los materiales resultantes solo se utilizarán en este contexto y con este fin.
- Cómo se va a recoger y tratar la información. Quién lo va a hacer.
- Cómo se garantiza la anonimidad de la información o, en caso de que esta sea imposible, difícil o no sea conveniente para la investigación, dejar constancia de ello.
- Enunciar los beneficios que reporta la participación para ambas partes y los peligros, que, salvo en temas delicados, suelen ser pequeños o nulos.
- Un apartado donde la persona o institución contactada acepta, normalmente mediante firma, participar en la entrevista o permitir la observación bajo las condiciones recogidas en este documento de consentimiento informado.

El documento de consentimiento informado no es necesario para la administración de un cuestionario o una encuesta. Se sustituye por la inclusión de una información o contenido similar en la introducción verbal o escrita del cuestionario, que la persona participante tiene que aceptar de algún modo (verbal o escrito).

Además de ser transparentes y éticos, también se debe intentar incentivar la aceptación de la propuesta. Para ello, además de la legitimación institucional o de conocimiento antes mencionada, es recomendable presentar qué posibles beneficios para el/la contactado/a pueden derivar de la participación. En último extremo, en el caso de investigaciones financiadas o desarrolladas por instituciones, se pueden llegar a ofrecer ciertas recompensas, como regalos de bonos de dinero, descuentos o material de promoción. Obviamente, esto solo es posible en caso de contar con financiación, pero existe algo que siempre se puede dar como recompensa: una copia digital del trabajo, cuando esté acabado.

Una vez conseguida la aceptación de la propuesta o el acuerdo, es importante agradecer la respuesta positiva. También hay que agradecer las respuestas negativas, por cortesía y por mantener una buena relación cara a futuras ocasiones. Días antes del encuentro, conviene realizar un recordatorio, breve y cortés, con la información relativa al lugar, día y hora acordados.

A modo de resumen, se ofrece un listado esquemático de las directrices expuestas:

- 1.** Buscar actores con los perfiles del casillero tipológico seleccionados.
- 2.** Jerarquizar según la facilidad prevista de acceso o contacto de todos los actores encontrados por cada perfil seleccionado del casillero tipológico.
- 3.** Establecer contacto, por la vía deseada, facilitando de manera sencilla toda la información relacionada con la investigación y las condiciones de participación, así como el tratamiento que se hará de la información que se recabe.
- 4.** En caso de aceptación de la participación, acordar claramente fecha, hora y lugar del encuentro. Adelantar el consentimiento informado.
- 5.** Si es necesario, hacer un recordatorio cortés según se acerque el encuentro.
- 6.** Al inicio del encuentro, solicitar la firma del documento de consentimiento informado tras explicarlo y aclarar posibles dudas.
- 7.** Realizar la acción acordada: observación, entrevista, etc.

3. Metodología

3.4. El diario de la investigación o cuaderno de bitácora

A partir de este momento de la investigación, es decir, de la entrada al trabajo de campo, es recomendable iniciar un diario de la investigación. El propósito de este es doble: ayudar en el análisis de la información que se recoja y mostrar el proceso real de investigación, y no únicamente los documentos donde se exponen los resultados y conclusiones finales. La información puede estar organizada como se crea más oportuno. En este caso, se recomienda que tome la forma de un cuaderno de bitácora que se organice por días y en el que se realicen entradas hasta el final del viaje de la investigación.

La naturaleza de la información a incluir también puede ser múltiple. Aquí se proponen los siguientes tipos de entradas:

- El registro de los hechos se refiere al uso más natural del diario de la investigación. Consiste en ir añadiendo todos los pasos e incidencias que se dan durante la investigación, especialmente durante el trabajo de campo. Algunos ejemplos pueden ser: apuntar con quién se ha contactado hoy y cuál ha sido el resultado, qué entrevistas se realizan cada día o qué lugares y momentos se han observado.
- El relato de las impresiones va un paso más allá del registro anterior e intenta aportar una percepción subjetiva sobre los hechos que van ocurriendo. Así, si se registra que se ha realizado una entrevista a alguien determinado y en un lugar concreto a una hora, se puede realizar un relato escrito, más detallado, en el que se cuenten las impresiones que ha causado el entrevistado o la entrevistada, observado u observada, las impresiones que ha causado lo dicho o lo visto, e incluso una reflexión sobre la propia actuación, destacando qué se podría haber hecho mejor y qué se ha hecho bien. Estas impresiones ayudarán a mejorar el trabajo de campo según avanza y también a interpretar la información en una fase posterior, ya que estos relatos aportan una visión de sus matices y su contexto.
- Otra de las recomendaciones es reservar algunas páginas del cuaderno de bitácora para ver cómo van cambiando las propias expectativas acerca de cuáles serán los resultados de la investigación. Lo ideal es poner una pregunta u objetivo de la investigación en páginas aparte, reservando una o dos más para ir anotando dichas expectativas según avanza el trabajo de campo. Esto es útil porque, según se desarrollan las técnicas de investigación, se va analizando la información que se recaba de una manera automática. Este análisis automático muchas veces es muy valioso, porque ayuda a detectar posibles sesgos que se tuvieron al comienzo de la investigación y porque orientan y facilitan el análisis sistemático que se hará posteriormente.
- Por último, estas tres estrategias descritas servirán para elaborar una especie de conclusiones que recojan qué ideas y/o planes se podrían desarrollar en el futuro para realizar una investigación mejor o más amplia. Estas ideas finales pueden ayudar en el proceso de análisis siguiente, pero su potencial, sobre todo, reside en ser guías para posteriores procesos de investigación.

En definitiva, una vez en la fase de análisis, el diario de bitácora permitirá reunir todos los hechos, las ideas y las impresiones que se tuvieron en el momento del trabajo de campo y esto dará pistas para una mejor interpretación de lo que se dijo o se observó. Asimismo, en la redacción del informe final, permite realizar una reconstrucción más fiel y pormenorizada del proceso de la investigación, facilitando la transparencia y la calidad de esta. Es ideal que, junto con los demás documentos de la investigación, como transcripciones o documentos finales, este cuaderno se guarde en el archivo personal de trabajos o investigaciones, puesto que también puede ser útil rescatar en el futuro esas ideas o impresiones que se plasmaron en él y que se olvidan fácilmente.

3. Metodología

3.5. Las entrevistas en profundidad

Introducción

La entrevista en profundidad es una de las técnicas de investigación social basadas en la conversación. Es adecuada para conseguir discursos acerca de hechos cotidianos o específicos, de vivencias e interpretaciones personales respecto a algo, de comportamientos concretos, de los intereses y opiniones individuales y de las trayectorias vitales.

3. Metodología

3.5. Las entrevistas en profundidad

3.5.1. Tipos de entrevistas

- **Entrevista abierta:** es conveniente cuando se busca averiguar cómo el entrevistado o entrevistada construye el sentido y el discurso sobre el objeto de interés, más que los hechos objetivos. El objetivo es comprender cómo la persona construye una historia, qué rol toma al contarla o qué vocabulario o términos utiliza. Se caracteriza por una intervención mínima del entrevistador/a, que se limita a ir presentando un guion, simplemente con algunos temas en torno a los que el entrevistado/a debe desarrollar su discurso.
- **Entrevista semiestructurada:** con un guion más elaborado y mayor intervención del entrevistador/a, pretende hallar un equilibrio entre averiguar hechos objetivos, actos, actitudes u opiniones de interés, y descubrir algunas claves sobre cómo se construye el sentido de estos. Mediante preguntas, se abordan temas más acotados que en la entrevista abierta.
- **Historia de vida:** consiste en una reconstrucción de la trayectoria biográfica, completa o focalizada en algún ámbito, que es pertinente para averiguar las conexiones entre el contexto social y los momentos vitales de la persona entrevistada que son de interés.

3. Metodología

3.5. Las entrevistas en profundidad

3.5.2. Guion

El paso más importante del diseño de la entrevista, una vez ya se tienen los perfiles o casos que componen la muestra y la elección del tipo de entrevista que más conviene, es la elaboración del guion. Como es lógico, este tomará una forma concreta según el tipo de entrevista en profundidad que se quiera desarrollar. No obstante, todos los guiones deben:

- Contener temas o preguntas relacionados con los objetivos o interrogantes de la investigación. Es muy importante ceñirse al contexto de la investigación, así como a los objetivos y cuestiones que se pactaron o presentaron durante el contacto.
- Estar redactados de tal manera que permitan emplear un lenguaje acorde y común con el de la persona entrevistada. Aunque normalmente el entrevistado/a no lee el guion, es conveniente que esté adaptado a él o ella, ya que, si las preguntas o temas ya están escritos con un lenguaje similar, será más fácil verbalizarlos cuando se realice la entrevista.
- Comenzar con una introducción que sirva para que el entrevistado/a gane confianza. Esto se consigue seleccionando temas o preguntas fáciles, que se sepa que el entrevistado/a va a poder responder o le van a gustar. El objetivo es conseguir que la conversación sea lo más natural posible, que ambas partes se sientan cómodas y así poder entrar en preguntas quizá más complejas.
- Estar diseñados en función del tiempo del que se dispondrá para la entrevista. En caso de que se disponga de poco tiempo, la ordenación debe estar jerarquizada según la importancia de los temas o las preguntas para la investigación. Es decir, si se termina el tiempo de la entrevista, es mejor que se queden sin responder los temas o preguntas menos importantes.

Específicamente, los guiones de las entrevistas abiertas y para las historias de vida son una enunciación de temas y subtemas que se plantean al entrevistado/a para que este/a los desarrolle. Hay que decidir si se quiere que la lista de temas y subtemas se plantee siempre en orden o si el orden da igual. Hacerlo en orden sirve para poder elegir qué temas se abordarán antes y reservar otros hasta el final. En cambio, hacerlo sin un orden prefijado favorece que la entrevista tome la forma de una conversación más natural y que sea el propio entrevistado/a quien, con su discurso, decida cuándo se habla de una cuestión o de otra.

Adicionalmente, se pueden preparar textos aclaratorios en cada uno de los temas o subtemas, que sirvan como recordatorio de lo que se quiere conseguir con el planteamiento de esa cuestión o de ayuda en caso de que el entrevistado/a necesite más información. Estas aclaraciones no se verbalizan, pero son de ayuda para el/la entrevistador/a. Un ejemplo de guion de entrevista abierta sería el siguiente:

Guion de entrevista abierta a un artista visual

1. Proceso formativo en artes visuales.
2. Primeras experiencias laborales en el mundo del arte.
3. Relato de experiencias y vivencias.
4. Proyectos para el futuro.

Por su parte, los guiones de las entrevistas en profundidad semiestructuradas sí que tienen un nivel de desarrollo mayor, al incluir una serie de preguntas determinadas. Estas preguntas pueden agruparse en temas o subtemas. En cualquier caso, no deben buscar una respuesta cerrada como en el caso de las encuestas, sino dar pie a una elaboración de la respuesta por parte del entrevistado/a, sin que esta sea tan amplia como en las entrevistas abiertas. En resumen, este tipo de guion está más focalizado en algunos aspectos, pero sigue dejando espacio para la expresión libre del discurso, los hechos, las actitudes o las opiniones. A continuación, se muestra un ejemplo de guion de entrevista semiestructurada:

Guion de entrevista semiestructurada a un artista visual

1. Definiciones que se manejan.

1. ¿Qué es el arte para ti?

2. ¿Y el arte contemporáneo?

2. Cómo observar una obra.

1. ¿Consideras que existe alguna pauta para observar correctamente piezas de arte? ¿Son las mismas para el arte contemporáneo?

2. ¿Se debe seguir un orden de observación dentro de un museo?

3. Relato de experiencias y vivencias.

1. ¿Qué consideras que no se debe hacer para contemplar una obra?

2. ¿Has ejercido como guía para personas que no saben de arte? ¿Qué les recomiendas hacer?

3. Metodología

3.5. Las entrevistas en profundidad

3.5.3. Desarrollo de las entrevistas en profundidad

Una vez se ha realizado el contacto con éxito, se ha elegido el tipo de entrevista más apropiada y se ha elaborado el guion, se debe llevar a cabo la fase de desarrollo o realización de la entrevista en profundidad. En esta fase, os daréis cuenta de que los temas y las preguntas del guion pueden ser interpretados de manera distinta a la que pensabais, que la persona entrevistada puede explicarse muy poco o demasiado y que muchos otros problemas pueden provocar que la entrevista no recabe la información deseada. Lo ideal en el desarrollo de entrevistas es grabarlas, al menos el audio. Para esto, siempre es imprescindible contar con la aprobación de la otra parte y es recomendable pedirlo de manera explícita durante el establecimiento del primer contacto. Además de la grabación, se debe usar el propio guion en papel o el cuaderno de bitácora para realizar anotaciones ligadas a lo que se está contando, a las impresiones que causa o a nuevas ideas que surjan.

De manera ideal, durante el desarrollo de la entrevista se buscan los siguientes objetivos:

- que la conversación sea fluida y sincera;
- que no se aleje de los objetivos de la investigación plasmados en el guion; y
- que se ajuste al tiempo disponible.

Para conseguir esto, se proponen las siguientes tácticas de entrevista:

- **Reconducción:** es común que la persona entrevistada lleve la entrevista a temas o ámbitos que no interesan. La reconducción consiste en evitar esto, llevando de nuevo la conversación, con sutileza y empatía, hacia las materias más importantes para la investigación.
- **Silencio:** cuando la persona entrevistada emite respuestas cortas o poco elaboradas, un silencio y/o una mirada de interés por parte del entrevistador/a suele provocar que el interlocutor continúe hablando y elaborando su respuesta.
- **Animación y elaboración:** si se prefieren evitar silencios incómodos, otra opción es ser proactivo y pedirle directamente a la persona entrevistada que elabore más. Para esto, por ejemplo, se puede decir que se está muy interesado en algo concreto que está diciendo.
- **Repetición:** cuando una declaración sea ambigua, no sea clara o corta, una opción muy recomendable es pedir una repetición. En la repetición, normalmente, se suele reflexionar más y verbalizar de otra manera, lo que aumenta la calidad de la información.
- **Recapitulación:** hacer un breve resumen del discurso o los argumentos que está dando la persona entrevistada puede servir para que esta aclare algunos puntos si se han interpretado mal.
- **Aclaración:** pedir aclaraciones suele tener el efecto de aumentar la reflexión sobre lo que se dice, a la vez que consigue un cambio en el lenguaje empleado por el entrevistado/a. Es útil cuando no se entienda algo o cuando se utilice un lenguaje no compartido.
- **Cambio de tema:** en entrevistas no programadas, cambiar de tema puede ser un remedio eficaz si existen problemas de tiempo o si la persona entrevistada se ha estancado en alguna cuestión concreta, por el motivo que sea.
- **Postentrevista:** una vez terminada la grabación de la entrevista, se puede aprovechar el momento inmediatamente posterior para plantear alguna pregunta o cuestión más comprometida, con la seguridad que da no estar siendo grabado/a. Todo lo hablado durante la postentrevista debe ser anotado en el cuaderno de bitácora. Esta información obtenida durante la postentrevista no debería reflejarse en la investigación o sus anexos, en tanto que las condiciones del consentimiento informado no se aplican a este momento. No obstante, lo dicho en la postentrevista puede servir para realizar un mejor análisis del resto de la información recabada o, incluso, para plantear nuevas entrevistas o técnicas que intenten recoger esa misma información de manera más ética y siempre bajo un consentimiento informado. En cualquier caso, no se podría citar la fuente de dicha información.

3. Metodología

3.5. Las entrevistas en profundidad

3.5.4. Transcripción

Una vez realizada la entrevista es el momento de realizar la transcripción. Esta transcripción es opcional, ya que es posible realizar análisis de entrevistas (y grupos de discusión) a partir del audio o vídeo grabados, aunque es altamente recomendable, puesto que facilita dicho análisis. Dado el carácter introductorio de esta guía, aquí se exponen las recomendaciones básicas relativas a la transcripción y su tratamiento:

- Identificar claramente al interlocutor/a que realiza cada intervención indicando al inicio su nombre o inicial.
- En caso de que en el documento de consentimiento informado se acuerde la participación de manera anónima, hay que eliminar los nombres propios y las referencias que permitan su identificación. En un documento aparte se puede conservar la correspondencia entre nombres y pseudónimos o códigos para no perder la referencia.
- Puesto que importa más el contenido que el lenguaje usado, cómo se ha verbalizado o qué registro se ha utilizado, es recomendable corregir posibles errores o fallos gramaticales y sintácticos.
- Se pueden incluir, entre paréntesis, anotaciones o aclaraciones respecto de las declaraciones literales. Sobre todo, es útil indicar matices como el uso de un lenguaje irónico o retórico, pausas e interrupciones mayores o manifestaciones similares que se perderían en la transcripción literal.
- Una vez realizada la transcripción, esta debe ser devuelta a la persona entrevistada con el objetivo de aumentar la transparencia en la investigación y que pueda añadir matizaciones o aclaraciones, que también ayudarán en el análisis e interpretación de la información. Además, si en el consentimiento informado no se abordó la cuestión, esta devolución puede dar pie a una petición de permiso para su inserción en el trabajo final, normalmente como anexo.

3. Metodología

3.6. La observación participante

Introducción

La observación participante es una técnica muy útil para estudiar lo simbólico, los ritos sociales, las normas, los símbolos o las pautas de interacción de los actores de interés. Consiste en la utilización de la visión, la interacción y la conversación para recoger información acerca de una serie de hechos que posteriormente son analizados.

3. Metodología

3.6. La observación participante

3.6.1. Tipos de observación

El adjetivo *participante* se adhiere normalmente a la técnica de la observación para resaltar el hecho de que el propio observador/a puede también interactuar y porque influye, de alguna manera, en lo que observa. A continuación, se presentan los tipos fundamentales de observación participante:

- **La observación con participación pasiva:** en ella el observador/a intenta pasar lo más desapercibido posible en el contexto que observa. No realiza preguntas, no interacciona con nadie y se limita a registrar e interpretar lo que ve. La fortaleza de esta aproximación es que evita posibles sesgos en los agentes al sentirse observados. Por contra, sin ningún tipo de participación en la escena o ámbito que observa es posible que no se obtenga demasiada profundidad en la información recogida.
- **La observación con participación media:** el observador/a toma un rol a medio camino entre miembro y extraño, lo que permite preguntar para obtener aclaraciones o discursos, e interactuar a partir de los códigos y reglas establecidos. A su favor, permite matizar y complementar la información proporcionada por la observación con la recogida mediante entrevistas puntuales. En su contra, la interacción del observador/a en el ámbito de estudio puede hacer que este cambie y no refleje su naturaleza real o normal.
- **La observación con participación completa:** quien observa, además, participa de la misma actividad que observa. Esto implica que se somete a las mismas reglas y, para ello, se requiere ser tan experto como los/as observados/as en aquello que hagan. Antes de embarcarse en este tipo de observación, es recomendable reflexionar seriamente sobre la posibilidad y las implicaciones de comprometerse a ese alto grado de participación dentro de un colectivo o ámbito. Por contra, no ofrece la mirada del observador/a ajeno/a que muchas veces es relevante.

Lógicamente, existen tantos estadios intermedios de participación como posiciones pueda haber en el continuo entre la participación pasiva y la participación completa. La elección del grado de participación en la observación estará influenciada por las posibilidades y por el objeto de la investigación, y siempre tiene que hacerse siendo consciente de sus beneficios y de sus limitaciones. Por supuesto, cualquiera de estos tipos se puede articular con la realización de entrevistas en profundidad antes o después de la sesión de observación.

3. Metodología

3.6. La observación participante

3.6.2. La pauta de observación

La observación como técnica de investigación debe diferenciarse de la observación común. Para ello, debe realizarse de manera sistemática y rigurosa, lo cual se consigue siguiendo una serie de recomendaciones y una pauta de observación.

La pauta de observación se diseña según los objetivos de la investigación y de las expectativas, hipótesis, conceptos teóricos y lecturas realizadas. Consiste en la enunciación de las variables que son de interés para los objetivos de estudio y de los indicadores (o medidores) de estas. Por ejemplo, en la investigación mencionada en el apartado 2.2. (Gracia, 2014), se intentaba conocer cómo actuaban los visitantes de un museo en una sala concreta. Algunas variables que interesaban y se podían observar eran: por cuál de las dos entradas se accedía y se salía de la sala, si la persona iba en grupo o sola, cuánto tiempo se permanecía en la sala, si hablaban con alguien o no, si parecía que prestaban mucha atención al cuadro o no, cómo vestían, qué emociones parecían transmitirles las obras de esa sala, etc. El investigador se ponía en una esquina de la sala observando estas variables, pero estando atento también a cualquier otro aspecto que no estuviera contemplado en la pauta de observación. Una vez que la persona observada salía de la sala, el observador se le acercaba para preguntarle algunas cuestiones relacionadas con las variables de interés. Si no hubiera existido esa pauta, quizá con algunas personas se habría fijado en unos elementos distintos a los de otras, según lo que más le hubiera llamado la atención, perdiendo otro tipo de información. La pauta de observación permitió sistematizar y comparar la información de todas las personas que se observaron, dejando espacio al final para registrar y preguntar por esas cosas más llamativas, que fueran sorprendentes o idiosincráticas.

Ficha observación Nº _____		Día: _____			
P1. Edad:					
1. 12 a 29 años		2. 30 a 55 años	3. +56 años		
P2. Sexo					
1. Varón		2. Mujer			
P3. Hora de entrada: _____					
P4. Hora de salida: _____					
P5. Acceso:					
1 (exilio)	2 (república)	3 (escultura)			
P6. Salida:					
1 (exilio)	2 (república)	3 (escultura)			
P7. Posición:					
1	2	3			
4	5	6			
P8. ¿Habla con acompañante?					
1. Sí		2. NO			
P9. Lleva ayuda a la visita:					
No	Plano	Guía	Audioguía	Libro	Monitor
P10. Utiliza la ayuda a la visita:					
No	Plano	Guía	Audioguía	Libro	Monitor
P11. Utiliza info. de sala:					
Sí, antes y/o después		Sí, mientras observa	No		
P12. Tiempo que mira:					
_____	_____	_____			
P13. Nivel de atención:					
1. Bajo	2. Medio	3. Alto			
P14. Compañía:					
1. Solo	2. Adultos con niños	3. Grupo de adultos	4. Visita guiada		
P15. Observaciones					

Figura 1. Ejemplo de ficha de observación
Fuente: investigación del autor (Gracia, 2014).

3. Metodología

3.6. La observación participante

3.6.3. Desarrollo y cierre

Tal y como se ha mencionado antes, la técnica de la observación participante requiere de la adopción de un rol por parte de quien investiga, cuyo desempeño es fundamental para que la información recabada sea confiable y de calidad. Algunas de las recomendaciones o actuaciones a tener en cuenta son las siguientes (Spradley, 1980, págs. 50-54):

- Llevar la pauta de observación en formato electrónico o papel, para ir registrando todo aquello que se ve o se escucha.
- Elegir un lugar desde el que observar y participar acorde con el tipo de observación elegido.
- Tener un propósito doble: implicarse de la manera escogida en las actividades concernientes a la situación de estudio y observarla a fondo.
- Prestar una atención incrementada y estar en un estado de mayor alerta que habitualmente.
- Mantener una observación de ángulo abierto, es decir, ampliada por el propósito añadido de estudiar los aspectos culturales y subyacentes de una situación social. La idea es descubrir las relaciones y/o patrones que ayudan a dar sentido o significado a la interacción social y que suelen ser tan sutiles que uno mismo, como actor social, no es consciente de ellas cuando se participa de dichas interacciones en un rol distinto al de investigador/a.
- Desarrollar una experiencia desde dentro y desde fuera de la escena, desde la doble condición de miembro y extraño.
- Aplicar la introspección natural, es decir, intentar pensar o reflexionar sobre vivencias similares o relacionadas con las observadas, para orientar la mirada hacia las cuestiones más importantes o para comprender lo que se observa.
- No olvidar el registro sistemático de actividades, observaciones, etc.

Una vez terminado el trabajo de campo de la observación, es muy importante volcar toda la información recogida en las pautas de observación y en el cuaderno de bitácora en un documento único y sin perder ninguno de los detalles recogidos. Este documento final de la observación participante será importante en la posterior fase de análisis.

3. Metodología

3.7. Encuestas

La encuesta es la recogida sistemática de información mediante preguntas iguales, con opciones de respuesta previamente cerradas y planteadas siempre en el mismo orden a una muestra representativa de la población que se quiere investigar. Realizar una encuesta requiere de muchos recursos, debido a que la muestra debe ser grande para poder considerarse representativa y conseguir resultados significativos estadísticamente, que suelen requerir más de 600 casos. No obstante, siempre existe la posibilidad de conseguir una pequeña muestra que sirva para triangular, complementar o reforzar el análisis cualitativo o, incluso, reutilizar bases de datos ya disponibles sobre algunas cuestiones.

Si se opta por no reutilizar una base de datos, sino hacer una encuesta propia, la selección de la muestra conviene que sea lo más aleatoria posible, es decir, que esté seleccionada totalmente al azar. Para ello, es necesario disponer de un listado completo de los actores que cumplen con los requisitos que interesan y, a partir de ese listado, celebrar una especie de sorteo en el que se seleccionen un número concreto de ellos. En caso de que no se pueda aleatorizar la selección, por no disponer de un buen listado o no poder garantizar que los casos se seleccionan por azar, se pueden construir cuotas, normalmente por sexo o edad, que sigan la misma distribución que la población total que se estudia, en caso de disponer de datos estadísticos sobre esta. Por ejemplo, si se sabe que el total de artistas visuales se reparte al 50 % según el sexo, el 40 % tiene menos de 35 años, el 30 % tiene entre 36 y 55 años y otro 30 % tiene más de 56 años, se podría intentar conseguir una muestra que siguiera esa misma distribución. El tamaño de la muestra en investigaciones profesionales, como se decía, suele ser de más de 600 casos. Para investigaciones con fines formativos o iniciales, una recomendación es que al menos se tengan 10 casos por cada pregunta que incluya el cuestionario.

Cuando se hace una muestra de encuesta sin cuotas ni asegurando la aleatoriedad de la selección de los casos, existen dos alternativas:

- Ponderar los casos en función de cuotas *a posteriori*. Es decir, si se consigue un 40 % de respuestas de mujeres, pero se sabe que en realidad constituyen un 70 % de los visitantes del museo, se ponderan para que sus respuestas alcancen ese valor. Con esta opción, la muestra también sería por cuotas y podría usarse para realizar generalizaciones, siempre explicando el proceso seguido.
- Si no se pueden ponderar las respuestas *a posteriori*, se trataría de una muestra no representativa. Estas muestras no permiten generalizar o extrapolar los resultados al resto de la población, aunque son útiles, por ejemplo, para triangular técnicas cualitativas o para responder preguntas de investigación que no requieran realizar una extrapolación. En estos casos, conviene aclarar que la muestra no es necesariamente representativa de toda la población.

El cuestionario propio se puede administrar *online*, contactando vía correo electrónico, por teléfono o en persona. Conviene no mezclar estas maneras, ya que cada una tiene sus propios sesgos, aunque la combinación es posible si se justifica adecuadamente. Para su confección básica hay que tener en cuenta que la mayoría de las preguntas deben contar con respuestas cerradas y prefijadas, puesto que si se plantean abiertas se estaría hablando de un guion de entrevista estructurado. Es recomendable seguir las siguientes recomendaciones para elaborar una buena encuesta:

1. Pensar en las variables de interés para responder los objetivos/preguntas de la investigación. En el ejemplo de la investigación sobre visitantes de un museo, interesaba medir las emociones experimentadas durante la visita, el conocimiento previo, la edad de la persona encuestada, su sexo y su nivel de estudios, puesto que se consideraba que estas variables podían estar relacionadas con su comportamiento durante la visita.
2. Operacionalizar esas variables. Una vez identificadas las variables es necesario identificar sus dimensiones (aquellas esferas donde se puede dar la variable) e indicadores (las formas en las que se detectará y medirá la variable). En el caso de la variable «emociones experimentadas durante la visita», esta se puso en relación con dos dimensiones: las emociones generadas por una pintura y las generadas por la visita en su totalidad. A su vez, la primera dimensión se subdividió por pinturas, en varios indicadores, según algunas emociones concretas y su valoración del 0 al 5, tal y como se puede ver en el ejemplo del cuestionario más adelante.
3. Encontrar una redacción adecuada. Una vez que se tienen las variables divididas en dimensiones e indicadores básicos, hay que pensar en la manera de preguntar por cada uno de los indicadores. La pregunta siempre debe tener un lenguaje claro y conciso, y debe referirse solamente a una cosa. También tiene que ser lo más neutra posible, es decir, construida de tal forma que no se favorezca o se perjudique la selección de una respuesta por encima de otra. Se pueden utilizar introducciones y aclaraciones. Siguiendo con el ejemplo anterior, se optó por la siguiente fórmula: «valore del 0 al 5 las siguientes emociones que ha podido experimentar al ver –nombre de la obra–, siendo 0 nada y 5 mucho», que era seguida de la enunciación de las emociones concretas seleccionadas, de manera intercalada con las respuestas.

4. Elaborar un listado exhaustivo de posibles respuestas, es decir, que las respuestas cerradas deben cubrir el mayor número de opciones posibles, y exclusivas, es decir, que tienen que ser incompatibles entre sí. El ejemplo en este caso sería la pregunta 7 que se muestra en el fragmento del cuestionario. En el caso en el que las respuestas no sean incompatibles entre sí, se debe señalar en la redacción de la pregunta que se admite una respuesta múltiple. Este es el caso de la pregunta 8 en el ejemplo.
5. Ordenar las preguntas, con sus respuestas prefijadas, según una secuencia lógica y de manera que la extensión total del cuestionario no resulte en un cansancio de la persona que responde.

1) **Valore del 0 al 5 las siguientes emociones que ha podido experimentar al ver el Guernica, siendo 0 nada y 5 mucho.**

	0	1	2	3	4	5
Asombro						
Dolor						
Alegría						
Miedo						
Tristeza						
Amor						
Horror						

2) **¿Conocía el cuadro antes de verlo?**

- 1 Sí
- 2 No
- 3 NS/NC

3) **¿Dónde lo había visto antes de verlo en persona? (Respuesta múltiple)**

- 1 Reproducciones (Posters, láminas, ...)
- 2 Medios de comunicación
- 3 Películas o series
- 4 Libros
- 5 Fotos
- 6 No lo había visto antes
- 7 Otro
- 8 NS/NC

Figura 2. Fragmento de un cuestionario
Fuente: investigación del propio autor.

Una vez elaborado el cuestionario se puede probar con amistades o personas cercanas para ver si se entienden las preguntas y las respuestas, o si conviene hacer algún cambio para que sea más comprensible y efectivo. Una vez obtenidas las respuestas necesarias, lo más común es registrarlas en una hoja de cálculo donde cada columna es una pregunta y cada fila es un caso. En ella, por ética de la investigación y respeto a la legislación, no se puede asociar la respuesta a ningún dato que permita a una tercera persona identificar al respondiente, es decir, no se pueden añadir nombres propios, cargos profesionales, correos electrónicos, números de teléfono, etc. La hoja de cálculo es una plataforma adecuada para desarrollar los análisis básicos que luego se proponen.

4. Análisis de información

Introducción

Una vez obtenida la información y registrada en documentos con transcripciones, pautas de observación o bases de datos, llega el momento de analizarla. El análisis consiste en dar sentido, poner orden, describir e interpretar esa información. En última instancia, lo que se busca es generar regularidades, realizar generalizaciones de algo concreto, como el objeto de estudio o el objetivo/pregunta de la investigación. Nótese que buscar regularidades no implica que el interés no pueda caer sobre lo que se escapa de esas regularidades.

Los tipos de análisis se han clasificado en función de si la información recabada por las técnicas de investigación es cualitativa o cuantitativa.

4. Análisis de información

4.1. Análisis cualitativo

El análisis cualitativo es aquel proceso que trata de interpretar y dar orden a una información sin hacer uso del lenguaje matemático o la estadística. Normalmente, la información que se analiza cualitativamente suelen ser discursos producidos por el habla, anotaciones escritas o imágenes. Para realizar un análisis cualitativo, se debe disponer de materiales donde la información ya se encuentre recogida de manera limpia y ordenada. Estos documentos suelen ser las transcripciones de entrevistas y el documento donde se ha registrado la información de las pautas de observación, aunque en algunos casos estos materiales pueden ser también visuales, sonoros o audiovisuales.

Una vez se dispone de esos materiales, la herramienta más eficaz para ordenar y dar sentido a la información, con el fin de responder a los objetivos/preguntas de la investigación, es la teoría. Tal y como se ha visto en el apartado 2.2. dedicado a la utilización de la teoría, las ideas y conceptos que contiene la perspectiva adoptada suelen guiar la interpretación de la información. No obstante, se podría decir que todo analista social y artístico debe adoptar una serie de actitudes como las siguientes (Serrano, 2015a, págs. 36-40):

- **Desmitificación:** a la hora de analizar lo dicho o lo observado hay que intentar no caer en la confirmación, es decir, se debe evitar aceptar irreflexivamente la definición que el sujeto o sujetos estudiados dan sobre su realidad o sobre sí mismos, aunque su estatus dentro del ámbito estudiado sea más elevado. Por supuesto, tampoco hay que caer en el otro extremo: negar la capacidad del otro para definir la realidad.
- **Mirada holística:** cuando se analizan fragmentos de información no hay que olvidar el resto de fragmentos, cómo fue obtenido o el contexto que lo rodea. Para ello, el primer paso que se debe realizar en la fase de análisis debe consistir en una lectura pausada de la totalidad de la información con la que se cuenta. Esto permite adquirir una mirada holística, es decir, una mirada que es consciente del conjunto.
- **La sospecha:** si la investigación no dispone de hipótesis que se deben comprobar o falsar, es recomendable preguntarse siempre el porqué de aquello que se está analizando y construir una serie de conjeturas o explicaciones temporales que se van poniendo a prueba a medida que se analiza el conjunto de la información. Si se utilizan hipótesis, conviene buscar todo aquello que podría ser contrario a ellas y pensar en una posible explicación del no cumplimiento de la hipótesis inicial.
- Tener siempre en mente los objetivos/preguntas de investigación, así como la posición del actor o actores (humanos o no humanos) que han proporcionado la información a analizar.

Aunque este conjunto de actitudes generales son esenciales para el análisis, este se ve facilitado mediante el seguimiento de estrategias de análisis. Estas estrategias son herramientas que se pueden aplicar en la mayoría de los análisis cualitativos y que complementan la aplicación de las ideas y conceptos de la perspectiva teórica elegida. De nuevo, se ofrecen en un listado con explicaciones y ejemplos:

- **Diferenciar niveles:** en el proceso de análisis, el investigador o investigadora debe distinguir entre el análisis de primer grado, que consiste en la descripción ordenada de las declaraciones, opiniones, interpretaciones o acciones del informante; del análisis de segundo grado, mucho más importante, que se basa en las interpretaciones propias, resultado de la utilización de la teoría, de la adopción de actitudes analíticas como las antes vistas y de la aplicación de alguna o varias de las presentes estrategias.
- **La comparación:** uno de los beneficios de la mirada holística en el análisis de la información es la posibilidad de realizar comparaciones. Las comparaciones son herramientas muy útiles para encontrar semejanzas y diferencias entre casos, lo que resulta muy útil a la hora de identificar patrones y realizar generalizaciones. Utilizar una tabla en la que se apuntan diferencias y semejanzas entre casos es una herramienta sencilla y que provoca la creación de ideas o conjeturas de análisis muy interesantes.
- **El rol mantenido:** una de las primeras interpretaciones que se pueden hacer de los discursos obtenidos consiste en la identificación de los papeles más importantes que adopta el informante en sus declaraciones. Por ejemplo, al entrevistar a un agente del mundo del arte, este puede tomar el rol o papel de artista en algunas declaraciones, de consumidor cultural en otras o, incluso, de madre o de miembro de la clase media. En las observaciones, estos roles pueden ser inferidos mediante los actos, el vestuario o cualquier otro elemento que se considere oportuno. En este caso, si alguien lleva un micrófono en un grupo, se puede pensar que esa persona es la líder o la guía del resto; y la vestimenta puede dar pistas sobre el estatus socioeconómico de una persona. Por supuesto, no se trata de explicitar todos estos roles mantenidos, sino únicamente los más relevantes, pues estos informan de la posición desde la que se habla o actúa (Conde, 2009).
- **Enfrentamientos o ejes:** los discursos sociales o de un colectivo acerca de un tema suelen estar ordenados a partir de enfrentamientos sobre cuestiones relevantes dentro de un tema. Así, una buena estrategia de análisis consiste en identificar estas tensiones situando uno o varios ejes que vayan desde una posición extrema hasta la otra. Este eje permite ubicar a cada

informante en un punto de cada uno de esos ejes identificados. Además, se puede conectar la posición en un eje con la mantenida en otro, de tal manera que al final los ejes de enfrentamiento y sus posiciones estén relacionadas entre sí.

- **Palabras clave o espacio semántico** (Conde, 2009): consiste en la identificación de términos, palabras o, incluso, acciones concretas que condensan mucho sentido o significado. Una vez identificadas se pueden asociar a roles o posiciones en los ejes de enfrentamiento. Por ejemplo, si se entrevista a un agente del mundo del arte y este utiliza en muchas ocasiones la palabra *cliente*, se podrá realizar alguna conjetura sobre una posible visión donde el fin mercantil es prioritario. En muchas ocasiones, la identificación de figuras retóricas como las metáforas o las metonimias facilita esta tarea.
- **Identificar las atribuciones causales o de responsabilidad:** a menudo en los discursos se señalan las causas o la responsabilidad de un hecho o fenómeno social. Teniendo en cuenta la separación de los niveles de análisis y la desmitificación que se debe practicar, la identificación clara de estas atribuciones permitirá su comparación con las realizadas por otros informantes, con los datos estadísticos que se manejan del contexto e incluso la identificación de enfrentamientos y de las posiciones mantenidas por los actores que se investigan.

Las anteriores estrategias y herramientas se pueden aplicar de manera individual o conjunta y en el orden propuesto o en cualquier otro que se estime conveniente. En todo caso, deben ir acompañadas de la aplicación de los conceptos e ideas de la perspectiva teórica adoptada. La teoría sirve para hacer mejores conjeturas sobre qué es lo que está pasando o sobre cuál es la mejor manera de ordenar y clasificar la información. Los conceptos clave de la teoría escogida permiten interpretar esta información bajo una luz determinada, y percibir significados concretos en ella. Recuperando los dos marcos teóricos mencionados en el apartado 2.2., se puede detectar cómo influye el capital cultural en la manera que un sujeto determinado tiene de relacionarse con el museo y sus contenidos en la entrevista que se le hizo o en las notas que se tomaron al observar su visita. O bien, en esos mismos materiales, se puede identificar la idealización en la conducta de los visitantes al museo y valorar qué objetivos persigue esta conducta idealizada o qué pretende ocultar y a qué coste.

Durante el proceso de análisis, aplicando la teoría y algunas de las estrategias presentadas, la **realización de esquemas o tablas** es de gran ayuda, primero, para organizar el pensamiento y, segundo, para presentarlo ante la audiencia. Por ejemplo, la comparación de diferencias y semejanzas entre casos puede ser realizada y presentada en una tabla. También los enfrentamientos o ejes pueden ser representados en un diagrama donde se muestran los ejes, las posiciones identificadas dentro de ellos o incluso el cruce de varios ejes y las posiciones en los cuadrantes resultantes. A continuación, se muestran ejemplos de visualización gráfica de los distintos tipos de perfiles de visitantes en función de su posición en varios ejes o variables:



Figura 3. Perfiles de visitantes de museos
Fuente: Elaboración del autor (de Gracia 2014).

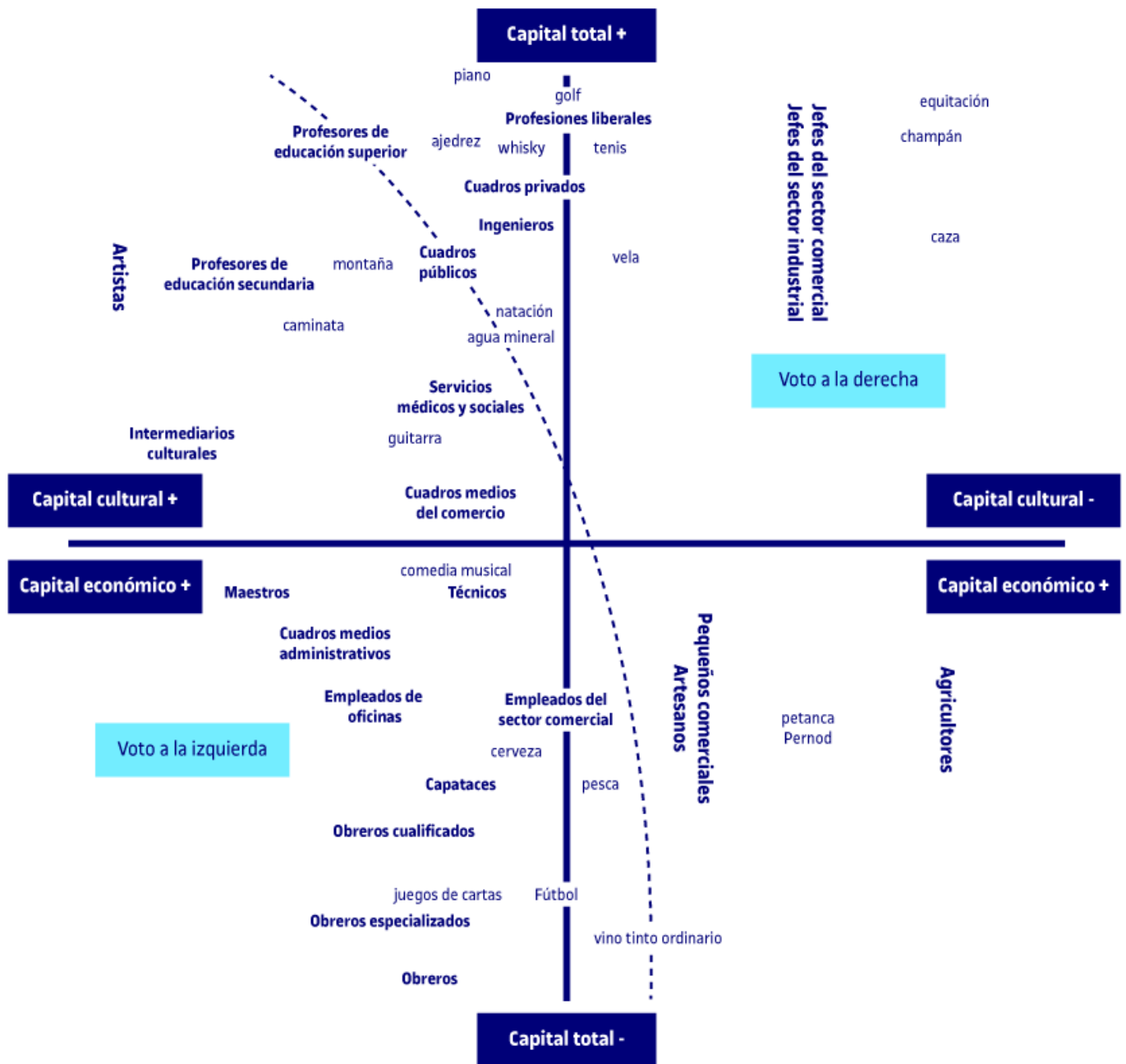


Figura 4. Espacio social y prácticas sociales según Bourdieu (1996)

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Pierre_Bourdieu#/media/Archivo:Espacio_social_de_Bourdieu-es.svg

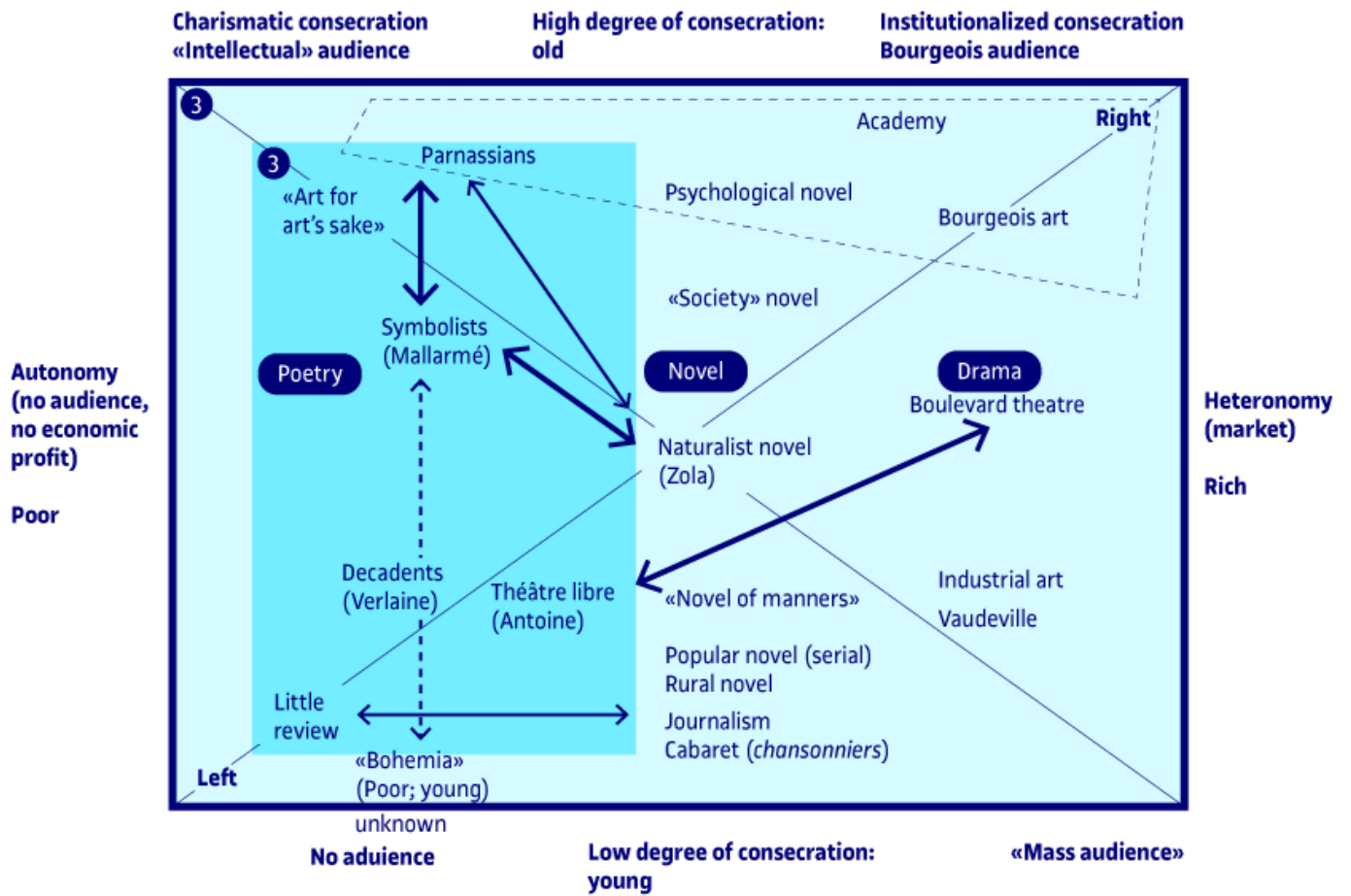


Figura 5. El campo de la producción cultural según Bourdieu (1993)

Fuente: <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/8/4/000195/resources/images/figure04.png>

Las estrategias de análisis aquí propuestas son básicas, aunque muy útiles. Si se desea ampliar el conocimiento en este campo, se puede consultar Valles (1999).

4. Análisis de información

4.2. Análisis cuantitativo

El análisis cuantitativo utiliza herramientas provenientes de la estadística y las matemáticas. En general, este tipo de análisis se realiza a partir de números y sus objetivos principales suelen ser la identificación de magnitudes para permitir su comparación y las relaciones entre variables. Aunque estos objetivos suelen alcanzarse a partir de análisis estadísticos que requieren una cierta formación matemática, otros tipos de análisis permiten una aproximación más sencilla. El análisis cuantitativo se puede aplicar a los datos obtenidos por una encuesta o a datos estadísticos de fuentes secundarias que ya existen y están a vuestra disposición.

Por ejemplo, el análisis univariado consiste en calcular e interpretar algunos estadísticos sobre una única variable. Sobre todo, sirve para identificar magnitudes y distribuciones de un hecho o acto social. Los elementos estadísticos principales son los siguientes:

- **Frecuencia:** es el número de veces que sucede un hecho concreto y definido.
- **Media:** en caso de que la variable tenga valores numéricos, la media es el valor promedio, obtenido de dividir la suma de todos los valores entre el número de casos/observaciones.
- **Moda:** es el valor de la variable que tiene una frecuencia más alta. Permite identificar el hecho que más ocurre.
- **Mediana:** es el valor de la variable del caso u observación central, si todos esos casos u observaciones se ordenan de mayor a menor. Indica cuántos casos hay tanto por encima como por debajo de ese valor.
- **Desviación típica:** es una medida basada en el promedio de todas las diferencias de cada caso u observación respecto de la media de la variable. Se obtiene una idea sobre si los valores de la variable se concentran cerca de la media o son muy dispersos.

Como ejemplo, si se supone que en una pequeña encuesta se pregunta a 15 visitantes sobre la cantidad de museos distintos que visitan al año, estas son las respuestas, ordenadas de menor a mayor: 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 2, 2, 2, 3, 3, 5, 6 y 8. A continuación, se calculan los estadísticos antes explicados:

- La frecuencia de visitar un museo al año es 7; de visitar dos es 3, de visitar tres es 2 y el resto de valores tienen una frecuencia de 1.
- La media es de 2,53 museos visitados al año ($38/15 = 2,53$).
- La moda, es decir el valor que aparece con mayor frecuencia, es visitar un museo.
- La mediana es visitar 2 museos, puesto que es el valor del caso central, el octavo, aquel que deja los mismos casos por arriba (7) que por abajo (7).
- La desviación típica es 2,1 (primero se calculan las desviaciones de cada dato respecto a la media [2,53], y se eleva al cuadrado el resultado de cada una. Luego se hace la media de estos valores, y se finaliza haciendo la raíz cuadrada del número obtenido).

Si la muestra es de calidad, es decir, se ha obtenido por medio del azar o por medio de cuotas bien construidas, este análisis permite conjeturar lo siguiente:

- que el promedio es que cada persona de este colectivo visite entre dos y tres museos al año;
- que lo más común es que cada persona solo visite un museo al año, aunque el promedio es mayor porque hay casos que, aunque son pocos, visitan muchos museos al año; y
- que lo normal es que el número de visitas a un museo no se aleje mucho de la media calculada, puesto que la desviación típica no es muy grande (2,1).

El análisis univariado se puede complementar con un tipo de análisis más profundo, pero también sencillo, como es el bivariado. Este análisis consiste en la identificación de alguno de los anteriores elementos estadísticos en el cruce de dos variables. Normalmente, este análisis se realiza a partir de una tabla o tabla cruzada y dividiendo las variables en intervalos. El análisis bivariado permite intuir si existe algún tipo de relación entre esas dos variables.

Por ejemplo, si se pregunta también la edad a los mismos 15 visitantes del museo, estas son las respuestas: 25, 30, 22, 21, 32, 40, 29, 50, 60, 70, 33, 60, 55, 52 y 42. Si se agrupan la edad y el número de visitas en tres intervalos, la tabla de frecuencias queda así:

Tabla 3. Tabla de frecuencias

Frecuencias	16 a 30 años	31 a 55 años	Más de 55 años
1 visita	5	2	0
2 visitas	0	1	2
3 o más visitas	0	4	1

Fuente: Elaboración propia.

Y la tabla cruzada con la media de museos que visitan al año, así:

Tabla 4. Tabla cruzada con la media de visitas a museos

Medias	16 a 30 años	31 a 55 años	Más de 55 años
Media de visitas	1	2,9	2,3

Fuente: Elaboración propia.

Las tablas cruzadas anteriores podrían interpretarse como la prueba de una posible relación entre la edad y el número de museos que se visitan en un año, en la que a partir de los 30 años se visitan más museos. Por supuesto, esta relación no implica causalidad, es decir, no implica que a medida que se cumplen más años necesariamente se visiten más museos, pero sí permite que se puedan conjeturar mecanismos de relación. Estas relaciones suelen ir acompañadas por pruebas de significación u otros análisis multivariantes que requieren un mayor conocimiento matemático, pero estas indicaciones básicas permiten hacer un primer análisis adecuado para estudios iniciales a pequeña escala. Finalmente, hay que subrayar que un análisis cuantitativo no termina cuando se extraen los resultados numéricos, sino que se debe complementar con métodos cualitativos y requiere también de una interpretación conceptual que dé sentido a los hallazgos dentro de un marco teórico determinado.

5. Elaboración del informe de la investigación

Una vez finalizado el análisis y alcanzadas las conclusiones de la investigación, es necesario dar cuenta de su totalidad en un documento, que generalmente suele ser un informe escrito final de la investigación. Estos documentos son los que se presentan a quienes encargan o financian la investigación, al resto de la comunidad académica y a la sociedad. Existen múltiples formas de organizar el informe final de la investigación, pero en general siempre contienen los siguientes apartados:

- 1. Portada** o encabezado con el título de la investigación y la autoría de la misma. En caso necesario, debe incluirse también la institución a la que se pertenece o que encarga o financia la investigación. En trabajos académicos, se suele mencionar la asignatura, el curso, etc.
- 2.** En publicaciones académicas suele incluirse un pequeño **resumen** donde se anticipan las conclusiones de la investigación.
- 3. Introducción:** donde se expone el tema de la investigación y el motivo de la relevancia o el interés de lo que se estudia, así como el contexto histórico-social-artístico. Puede incluir el objeto, los objetivos, las preguntas o las hipótesis de la investigación, aunque estos también pueden presentarse en un epígrafe independiente pero inmediato.
- 4. Marco teórico:** se presentan los enfoques teóricos desde los que se han abordado el tema y las preguntas de la investigación en el pasado, y también las investigaciones recientes y concretas que tienen características u objetivos similares, todas ellas presentadas u organizadas a partir de los debates más importantes. Por último, se debe dejar claro desde qué posición en esos debates identificados se enfoca la presente investigación, indicando qué teoría o perspectiva teórica se utiliza, así como sus ideas y conceptos principales.
- 5. Metodología:** es normal que el cuerpo de este apartado cambie sustancialmente respecto del incluido en el proyecto o documento de diseño de la investigación, en tanto que habrá una diferencia entre lo que se planeó y lo que finalmente se realizó. En el documento final, este apartado debe dar cuenta de ambas cuestiones, lo que se diseñó y lo que se desarrolló, siempre justificando o explicando todas las decisiones adoptadas y los motivos de esas variaciones. También deben mencionarse las limitaciones y el alcance del estudio llevado a cabo para que se pueda interpretar en su justa medida.
- 6. Resultados:** donde se detallan, con la mayor profundidad posible, el proceso de análisis de los datos, la interpretación llevada a cabo al ponerlos en relación con la teoría o con otras investigaciones similares, y –finalmente– las respuestas a las preguntas u objetivos de la investigación que se han obtenido mediante este proceso.
- 7. Conclusiones:** supone el final del cuerpo de texto. Sirve para realizar un resumen de los resultados y exponer el impacto de lo descubierto en la investigación. Se pueden mencionar tanto las aportaciones como los límites o los aspectos todavía por desarrollar.
- 8. Bibliografía:** todas las referencias y fuentes utilizadas en la investigación se deben recoger en este apartado. Hay multitud de maneras de confeccionar estas referencias, pero todas ellas incluyen los apellidos y nombre de los autores o autoras, el año de la publicación y el título de la publicación.
- 9. Anexos:** en este apartado se facilitan herramientas como los casilleros tipológicos de las muestras, las pautas de las observaciones, los guiones de entrevistas o los cuestionarios de la encuesta, así como otros documentos o archivos de la investigación, como las transcripciones, audios o vídeos realizados durante las entrevistas, siempre que se cuente con el consentimiento informado de los implicados, las bases de datos de encuestas que no incluyan datos personales o que faciliten la identificación de quienes han respondido y las anotaciones realizadas en el cuaderno de bitácora. En definitiva, se debe exponer todo aquello que no tenía cabida en el cuerpo de texto y que puede contribuir a mejorar la transparencia de la investigación. Si es necesario, en el cuerpo del texto principal se pueden indicar los anexos relacionados.

Como regla general, en todos los epígrafes del informe se debe informar con el mayor detalle y sinceridad posibles de todos los procesos desarrollados, así como justificar todas las decisiones tomadas y las interpretaciones realizadas. La extensión del informe final debe ajustarse a lo solicitado y el lenguaje empleado debe ser coherente con el tipo de audiencia, siempre intentando que sea claro, conciso y preciso. Vale la pena cuidar esta fase final del proceso, puesto que el informe es la vía por la que se conocerá principalmente la investigación y es donde podéis expresar vuestras motivaciones y resultados al mundo, demostrando así el sentido del trabajo.

Bibliografía

- Bourdieu, P.** (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Nueva York, NY: Columbia University Press.
- Bourdieu, P.** (1996). *Raisons pratiques*. París: Seuil.
- Bourdieu, P.** (2006). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P.; Darbel, A.** (2003). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Conde, F.** (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: CIS.
- Dirsehan, T.; Yalçin, A. M.** (2011). «Comparison between holistic museum visitors and utilitarian museum visitors». *International Journal of Marketing Studies*, (vol. 3, núm. 4, págs. 78-94).
- Goffman, E.** (2012). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Gracia, D. de** (2014). *Los visitantes de museos de arte contemporáneo desde una perspectiva dramaturgica*. Trabajo de fin de grado dirigido por Constanza Tobío. Universidad Carlos III de Madrid.
- Ligero Lasa, J. A.** (2011). «Dos métodos de evaluación: Criterios y Teoría del Programa». *Serie CECOD* (núm. 15). Madrid: CEU ediciones. ISBN 978-84-15382-08-9.
- Serrano, A.** (2015a). *Capítulo 3: Plan de análisis de textos, discursos y datos*. Material didáctico del máster universitario en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones. Universidad Complutense de Madrid.
- Serrano, A.** (2015b). *La construcción del objeto, objetivos, hipótesis y conceptos*. Material didáctico del máster universitario en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones. Universidad Complutense de Madrid.
- Spradley, J.** (1980). *Participant Observation*. Minneapolis, MN: Holt, Rinehart and Winston.
- Tobío, C.** (2011). *Tema 3: El diseño de las técnicas basadas en la conversación*. Material didáctico presentado en el grado en Sociología. Universidad Carlos III de Madrid.
- Valles, M. S.** (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Weiss, C. H.** (1990). *Investigación Evaluativa*. México D. F.: Trillas.
- Weiss, C. H.** (1995). «Nothing as practical as good theory: exploring theory-based evaluation for comprehensive community initiatives for children and families». En: J. P. Connell y otros. *New approaches to evaluating Community Initiatives: concepts, methods and contexts* (págs. 65-92). Washington D. C.: The Aspen Institute.