

# PVC Higher Education Services



Transformando la educación del Siglo XXI



# Metodologías y diseños de investigación cualitativa

**PVC Higher Education Services**

Capacitación y Desarrollo Docente

Asociación de Desarrollo Docente PVC

[www.pvchighereducationservices.org](http://www.pvchighereducationservices.org)

Dr. Reinaldo Berríos Rivera



Transformando la educación del Siglo XXI

# EMH

- No basta con enseñar conocimiento, hay que enseñar a adquirirlo; no basta dar ciencia hecha; es necesario enseñar a formarla; no basta sujetarse a la enseñanza en un método; es necesario enseñar a manejarlo. En una palabra: no basta enseñar a conocer, hay necesidad de enseñar a razonar.

# Objetivos



- Aumentar el conocimiento de los participantes de los distintos diseños de investigación cualitativa para el uso efectivo de esta metodología.
- Crear un espacio de reflexión entre los participantes acerca del uso de la investigación cualitativa para crear conocimiento.



# Investigación Cualitativa

- Puerta de entrada para conocer el mundo **subjetivo** y las emociones de las personas involucradas... (Márquez Barradas, 2007).
- La **subjetividad** y las **emociones** son elementos esenciales para comprender al ser humano (**Somos personas... no somos números**)

- ¿Quién investiga?
- ¿Para qué se investiga?
- ¿A quién se investiga?
  - ¿Cómo se investiga?
  - ¿Dónde se investiga?
  - ¿Desde qué ángulo o perspectiva se investiga?

- ¿Quiénes participan en la investigación y **qué papel desempeñan** en esta?
  - ¿Qué **tipo de información** se requiere?
  - ¿Qué **medios o estrategias** se escogen para generar la información?

- ¿Para quién produce beneficios la investigación y a quién le pertenece el **conocimiento** que se genera?
- ¿Qué provee la investigación a los participantes?
  - ¿Es posible investigar desde una **posición de igualdad** entre investigadores y participantes, o es la investigación un **ejercicio de poderío**?



# • Diseños de Investigación

- Estudios de Caso
- Etnografías
- Historias de Vida
- Biografías
- Investigación Histórica
- Análisis del Discurso
- Teoría Emergente
- Fenomenología

- **Estrategias de Recopilación de Información**
  - **Observación**
    - ▶ Participante
    - ▶ No participante
  - **Entrevistas**
    - ▶ Estructuradas
    - ▶ Semiestructuradas
    - ▶ Abiertas o a profundidad
  - **Grupos Focales**
  - **Grupos de Trabajo**
  - **Revisión de Documentos**
  - **Vídeos, Fotografías, Películas**
  - **Foto voz**

# Terminología



- **Validez**
- **Confiabilidad**
- **Representatividad**
- **Generalización**
- **Definición de términos**
- **Hipótesis**

Transformando la educación del Siglo XXI

# Criterios de Rigor



Transparencia

Consistencia -  
Coherencia

Comunicabilidad

Correspondencia

Constatación

Transformando la  
Educación del Siglo XXI

# Paradigmas

---

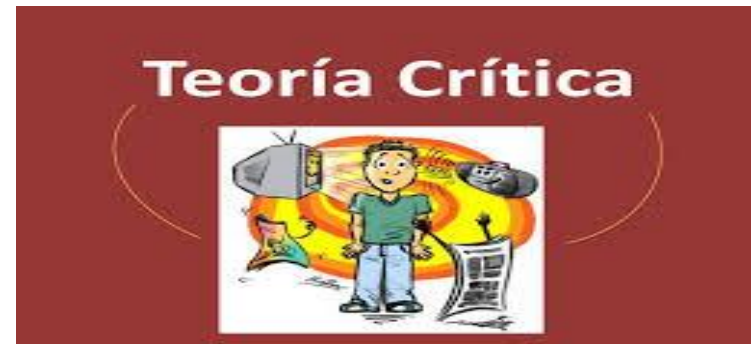
- Paradigma Cuantitativo



¿Qué es el paradigma Post-positivista?



- Paradigma Cualitativo



# Paradigmas

- **Ontológico**

- ¿Cuál es la naturaleza de la realidad?

- **Epistemológico**

- ¿Cuál es la relación del investigador con lo que se investiga? ¿Cómo es posible el **conocimiento**?

- **Metodológico**

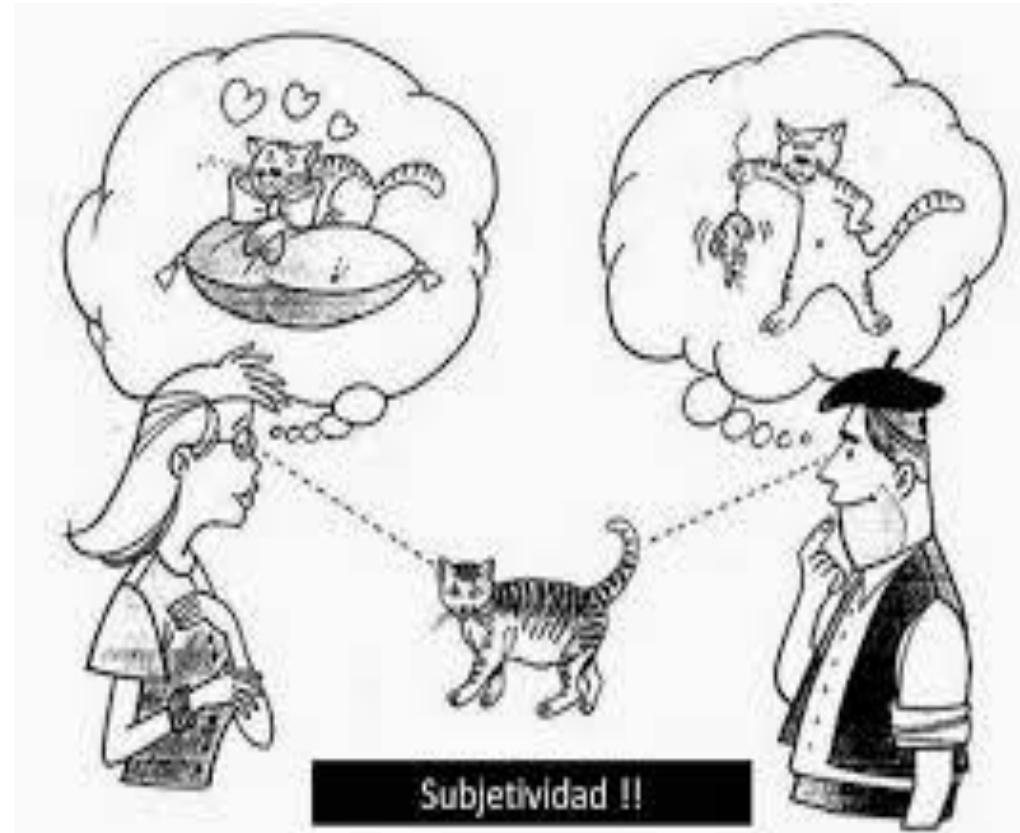
- ¿Cuál es el proceso de la **investigación**? ¿Cómo se puede llegar a conocer?

# Críticas y defensas al paradigma cualitativo



Transformando la educación del Siglo XXI

# 1. Es muy subjetivo





## 2. Está influenciado por los valores

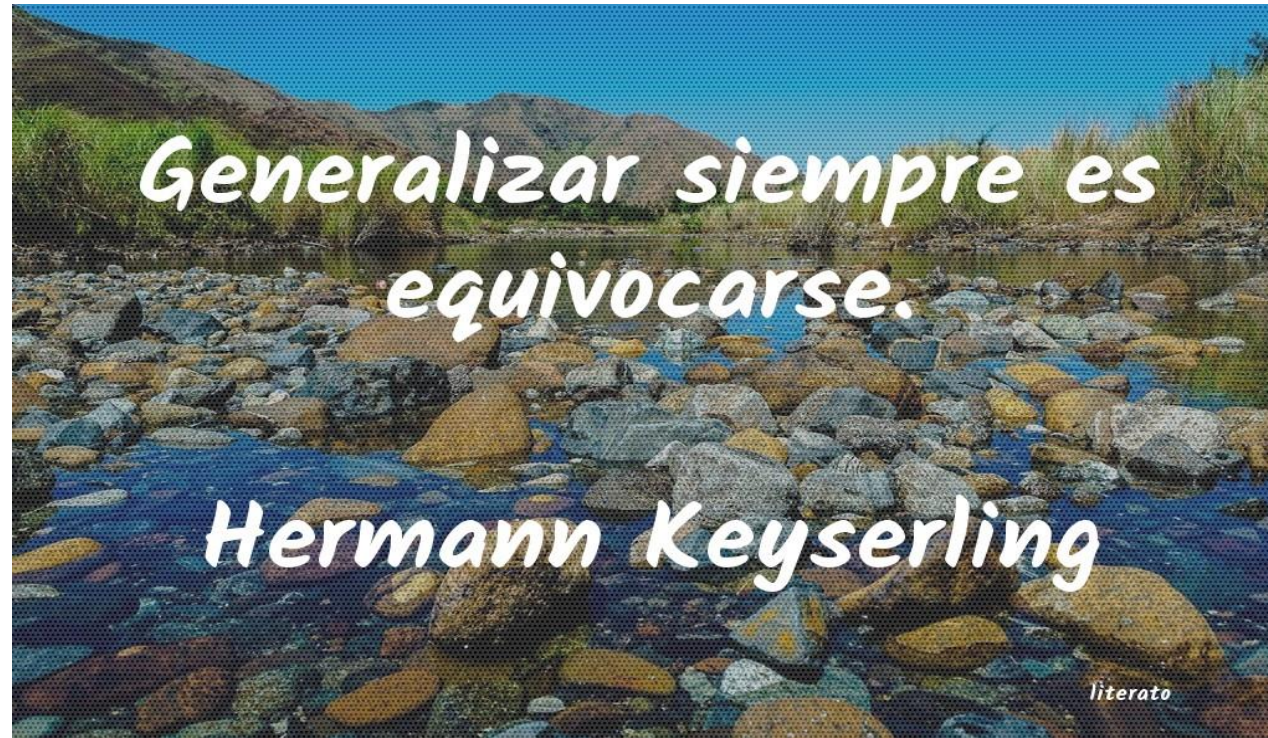


Transformando la educación del Siglo XXI

# 3. No es posible repetir el mismo estudio



## 4. No puede generalizar los resultados



Transformando la educación del Siglo XXI

# 5. Concluye trivialidades

trivialidades  
cotidianas

# 6. No tiene validez

## Validez vs. Confiabilidad



No válido, no confiable



No válido, confiable

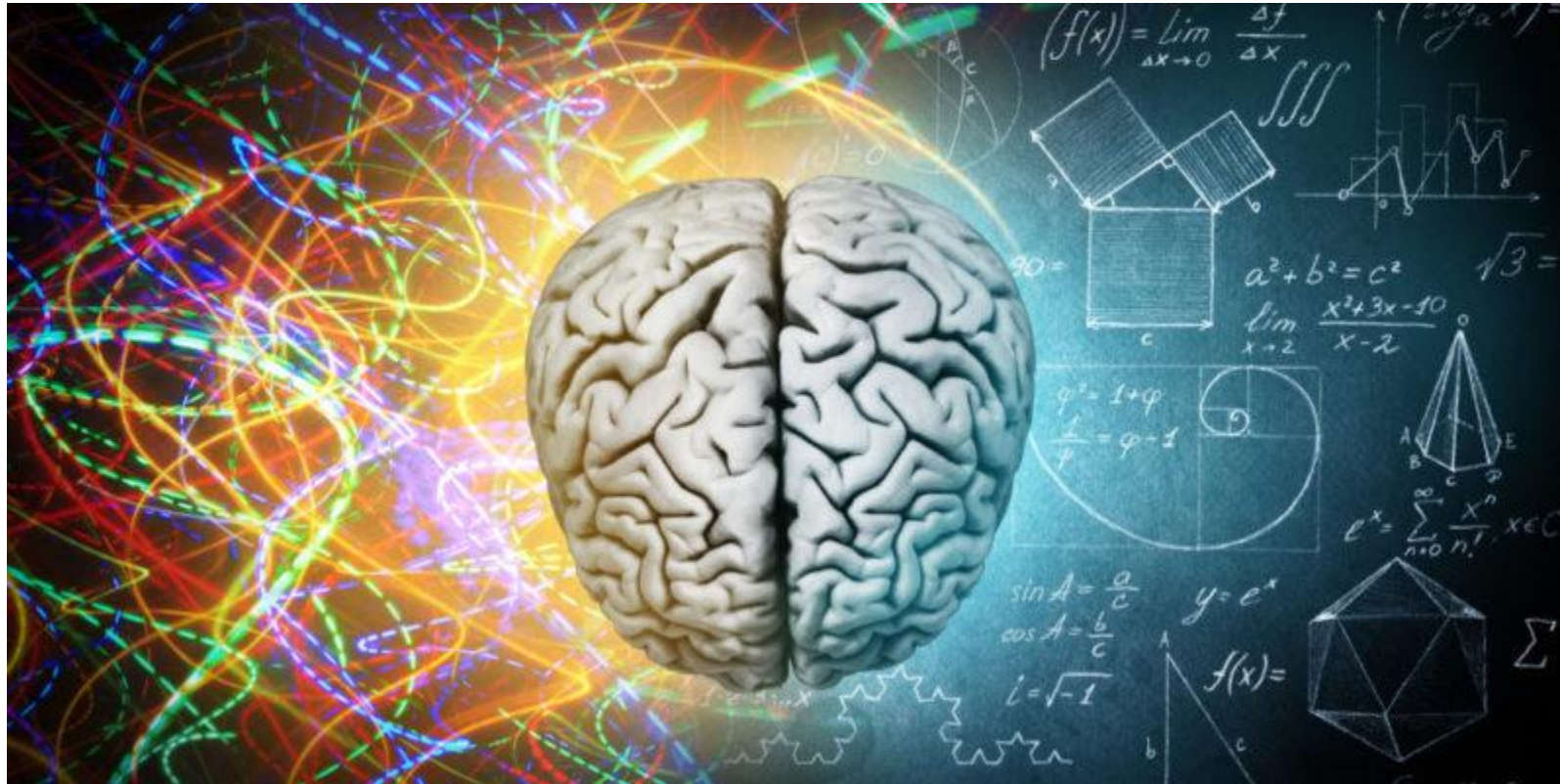


Válido, confiable

# 7. No prueba nada



# 8. No es empírico



# 9. No es científico

## Proceso de investigación cualitativa





# FENOMENOLOGÍA



- La premisa teórica principal de este enfoque es que el **significado de la experiencia** sólo puede obtenerse si se mira en **el contexto** en que ocurre (Paley, 1997).
- **Pasos en el análisis de una entrevista fenomenológica**
  - (A partir de Smith & Osborne, 2003 en Lucca Irizarry & Berríos Rivera, 2013)

Leer la transcripción varias veces hasta que se haya familiarizado con ella.

Utilizar el lado izquierdo para anotar comentarios significativos acerca de lo que el participante señala.

Hacer conexiones entre similitudes y diferencias, ecos, amplificaciones y contradicciones con respecto a lo que las personas señalan.

Comenzar a escribir los títulos de los temas que emergen.

- *Se van construyendo frases concisas, las cuales tienen la importancia de capturar la cualidad esencial de lo que fue encontrado en el texto*

**Comenzar a moverse a un nivel de mayor abstracción.**

Encontrar expresiones que permitan conexiones teóricas dentro y a lo largo de las entrevistas

Conectar los temas que emergen (se trata de entender las conexiones entre los temas que han emergido)

Desarrollar una tabla de temas ordenados coherentemente

Reconocer patrones

Proceder con la reducción, una vez finalice con todos los participantes

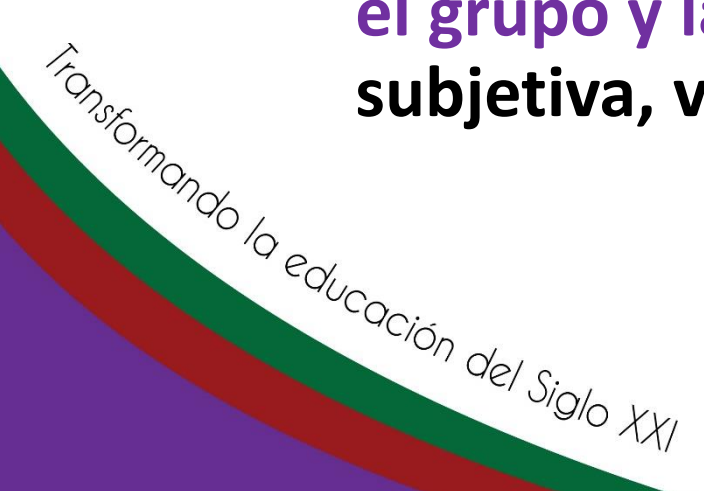
- Para esto, debe construir una tabla

Escribir un narrativo coherente utilizando segmentos o extractos (*ad verbatim*) que apoyen lo que se escribe Separe lo que el participante señala y la interpretación del investigador.

# Historia de Vida



- **El participante es lo que se ha de conocer, pues es la única persona que existe en la realidad concreta y es en su historia donde se le puede captar toda su dinámica. Además, la persona lleva en sí toda la realidad social vivida. En ella se concreta cada grupo social a que ha pertenecido y toda su cultura en la que ha transcurrido su existencia. Al conocer al participante se conoce **el grupo y la cultura** tal como se dan en concreto, de manera subjetiva, vívida (León, 2001).**



# Pasos para realizar una historia de vida

- **Identificar participantes potenciales**
- **Abordar a los participantes potenciales**
- **Sesiones de trabajo entre investigador y participante**
- **Transcripción “ad verbatim”**
- **Entregar y discutir el testimonio con el participante**
- **Organización del contenido del testimonio**
- **Contraste del testimonio con la literatura**



# Biografía



- En la biografía, la historia de alguien es escrita por otra persona.
- En la **biografía**, dos elementos son considerados.
  - Primero, la naturaleza del personaje.
    - Él **no es un ciudadano común**, sino alguien especial y particular, distinto de todos los otros, de los cuales se destaca.
  - El **biógrafo** hará que sobresalgan en su trabajo **los aspectos marcados e inconfundibles del individuo** cuya existencia decidió revelar al público.

# Estudio de caso



- ES UN DISEÑO QUE IMPLICA **EL ESTUDIO INTENSIVO Y PROFUNDO** DE DIVERSOS ASPECTOS DE UN MISMO **FENÓMENO**.
- Identificar cuál es el caso.
- Múltiples estrategias de recopilación de información.





# Varias formas de estudio de caso (Stake, 1995)



- Estudio de caso intrínseco
- Estudio caso instrumental
- Estudio de caso colectivo o múltiple



Transformando la educación del Siglo XXI

# Etnografía



Transformando la educación del Siglo XXI

# Definiciones

- Estudio **descriptivo** (“graphos”) de **la cultura** (“ethnos”) de una comunidad (Aguirre Baztán, 1995).
- Descripción analítica o **reconstrucción de acontecimientos culturales intactos y las actividades de los grupos**, enmarcados en su **contexto cultural** (Spradley & MacCurdy, 1972).
- El arte y la ciencia de **describir** un grupo o **cultura** (Fetterman, 1989).
- Suma de los **patrones observables** de comportamiento social (Harris, 1966).

Cultura

- La meta de la **etnografía** es producir una “**descripción sustanciosa**” del fenómeno bajo estudio, en la cual el binomio **comportamiento y significado** juegan el rol protagónico (Geertz, 1973).
- Para lograrlo haz de **hacerte parte del ambiente** e identificarte con sus características.
- Importante la **interacción interpersonal** para lograr ese “**mirar hacia adentro**”.
- De esa forma aprenderás lo que los participantes conocen pero que no pueden decir.

- No hay otro medio mejor que el de la observación directa para captar lo que Malinowski llamaba **“los imponderables de la vida real”**, es decir, **los fenómenos que sólo pueden aprenderse en su plena realidad y no a través de entrevistas.**
- Esto es lo que Aguirre Baztán (1995) denomina la **“mutación ontológica”**, es decir, **convertirse en otra persona.** “Para analizar cada cultura hay que hacerse **como si se hubiera nacido en ella**”.

# Análisis del Discurso

- El análisis del discurso, otro llamado diseño, busca en cierto sentido **el significado detrás de una palabra que se enuncia, se busca el significado que se encierra en el silencio y también qué se transmite con un gesto.**
- Parker y colaboradores (1997) y Rogers (2003) señalaron que **no existe tal cosa como un diseño o un método de análisis del discurso.**
- No obstante, hay una serie de autores (**Fairclough, Foucault, Willig, Wodak**) que esbozan principios generales en la práctica del análisis del discurso.

# Análisis de contenido

- Códigos
- Subcategorías
- Categorías



# EJERCICIO PARA LA CATEGORIZACIÓN

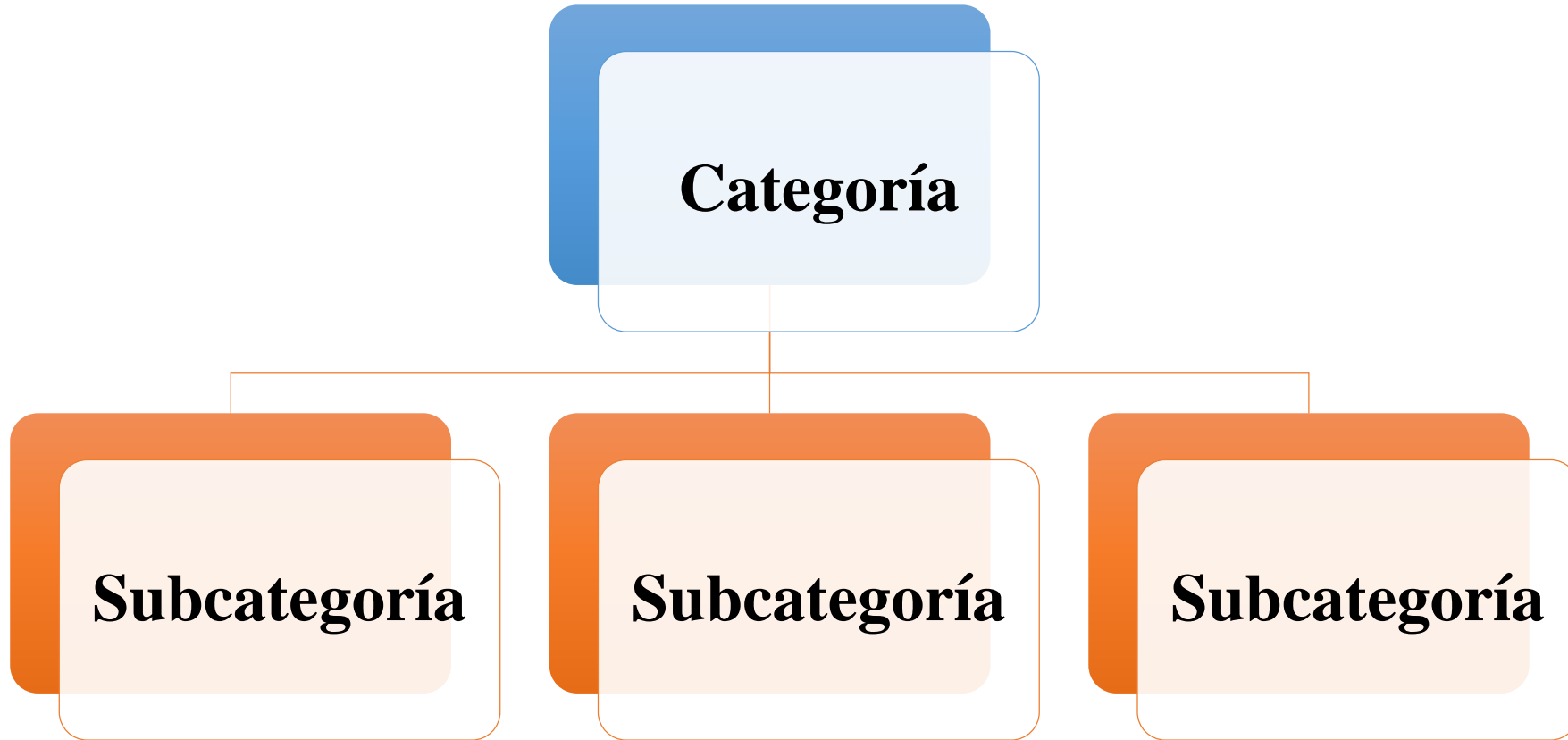


<u>Categoría</u>	<u>Subcategoría</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Citas directas</u>

Transformando la educación del Siglo XXI



# Figura



# Diferentes autores cualitativos ofrecen diferentes formas para analizar



Moustakas  
(1994)

Steven, Colaizzi y  
Keen modificado por  
Moustakas (1994)

Smith y Osborn  
(2003)

Wolcott  
(1994)

Stake  
(1995)

Rubin y Rubin (2005,  
2012)

Glaser y Strauss  
(1967)  
Strauss y Corbin  
(1998)

Harris (1966)

Atkinson (1998)

Dudas?

¿Preguntas?

# PVC HIGHER EDUCATION SERVICES



## Mantente conectado a



**Página Web**

<https://pvchighereducationservices.org/>



**Pinterest**

[www.pinterest.com/pvchighereducationservices](http://www.pinterest.com/pvchighereducationservices)



**Facebook**

<https://www.facebook.com/PVChighereducationservices/>



**LinkedIn**

[www.linkedin.com/in/PVChighereducationservices](http://www.linkedin.com/in/PVChighereducationservices)



**WhatsApp**

<https://bit.ly/infoWhatsAppPVC>



**Instagram**

[https://www.instagram.com/pvc\\_higher\\_education\\_services/](https://www.instagram.com/pvc_higher_education_services/)



**(787) 943-7433**



**YouTube**

[https://www.youtube.com/channel/UCNoWh4msKGyrGQ\\_UyIWBSjQ](https://www.youtube.com/channel/UCNoWh4msKGyrGQ_UyIWBSjQ)



**pvc@pvcservices.org**

**asociacion@pvcservices.org**



Transformando la educación del Siglo XXI