

4. TÉCNICAS BÁSICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

- I. LAS PRÁCTICAS DE OBSERVACIÓN**
- 2. LA ENTREVISTA**
- 3. EL GRUPO DE DISCUSIÓN**
- 4. EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE ENCUESTA**

I. LAS PRÁCTICAS DE OBSERVACIÓN

- Consiste en “mirar y escuchar”: proceso sistemático por el que un investigador recoge por sí mismo información relacionada con cierto problema a lo largo de un periodo, sin control o manipulación del entorno.
- Supone que el investigador advierte los hechos como se presentan y los registra siguiendo algún procedimiento y recogiendo la información de manera que pueda ser analizada posteriormente.
- Es un procedimiento de carácter selectivo: está guiado por lo que percibimos por una cierta cuestión que nos preocupa.
- Los resultados pueden ser analizados cuantitativa y cualitativamente.
- Se puede mirar utilizando simplemente la vista o con métodos más sofisticados: fotografía, vídeo...

POSIBLES APLICACIONES

- **Cuando...**
 - ... se sospecha una desviación en el recuerdo o contestación de conductas.
 - ... se quieren describir comportamientos
 - ... se necesita estudiar un fenómeno según ocurre
- **Conductas no conscientes, p. ej. comportamiento no verbal**
- **Grupos con dificultades de comunicación.**
- **Ejemplos:**
 - Juegos para niños.
 - Uso espacial de recursos turísticos.
 - Tests de consumo.
 - Comportamientos diarios.

LAS PRÁCTICAS DE OBSERVACIÓN



Ventajas

- Acontecimientos son registrados tal y como ocurren
- Eliminación subjetividad entrevistador
- No precisa de colaboración activa por parte del sujeto estudiado
- Precio
- Entorno “natural”



Inconvenientes

- Registro sólo de hechos, no de causas ni opiniones
- Estática
- Influencia de variables del entorno
- Muestras pequeñas
- Dificultades en la cuantificación

PASOS DEL PROCESO DE OBSERVACIÓN

1. Elección del objeto: definir lo que se va a observar dependiendo de si es una investigación exploratoria o si ya conocemos el problema
2. Elección del instrumento de observación: uno o más observadores; vídeo, fotografía aérea, contadores, etc.
3. Elección del punto de observación. Contexto: hay que describir perfectamente el conjunto de condiciones naturales, sociales, históricas y culturales en las que se desarrolla la observación.
4. Elección del periodo. Hay que tener en cuenta las variaciones diarias, semanales, mensuales y anuales de los comportamientos.
5. ¿Observación continua o por periodos breves? Ej. Contando las personas que entran en un día en un parque o a determinadas horas, el n° de personas que hay en el parque.
6. Frecuencia de los registros.
7. Diseño del instrumento de recogida de datos.
8. Recogida de la información.
9. Análisis.

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

El investigador actúa socialmente formando parte del proceso social que está investigando. Puede identificarse o participar de incógnito.

Usos:

Observación de facilidades (cliente oculto)

Grupos no accesibles u observables desde fuera



Ventajas

- Empatía



Inconvenientes

- Coste elevado
- Subjetividad del investigador
- La selección de informadores puede influir en la imagen que se forme el investigador
- Difícil grabación y recogida de datos

2. LA ENTREVISTA

- Es una de las técnicas más usadas en Sociología.
- Consiste en la obtención de información mediante una **conversación profesional** a un número relativamente pequeño de informantes.
- Puede ser una conversación estructurada (con cuestionario) o no estructurada.
- Es muy importante la preparación del entrevistador.
- Se tiene que crear un ambiente propicio.
- Suele grabarse y transcribirse literalmente.
- En algunas ocasiones se entrevista a las mismas personas varias veces.
- **Usos:**
 - ✓ Cuando el universo es pequeño
 - ✓ Cuando las respuestas pueden variar mucho
 - ✓ Cuando se buscan preguntas para un cuestionario posterior.

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD



Ventajas

- Amplia y detallada información
- Confianza del entrevistado
- Flexibilidad (aclaración de respuestas)
- Mayor importancia para entrevistado



Inconvenientes

- Población pequeña
- Subjetividad del entrevistador
- Precio elevado
- Dificultad de analizar y codificar los resultados

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD: FASES

A. PREPARACIÓN

- Selección de entrevistados.
- Diseño de la guía
- Selección y formación de los entrevistadores

B. IMPLANTACIÓN

- Realización, grabación y transcripción

C. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3. EL GRUPO DE DISCUSIÓN

Reunión de personas que conversan sobre un tema previamente definido, con objeto de encontrar solución a un problema o de proporcionar información sobre el mismo.

- Se reúne a un grupo de personas (6-8-12) para discutir abiertamente sobre un tema que propone el investigador.
- Los miembros del grupo deben ser representativos de la población que se quiere estudiar.
- El investigador plantea genéricamente el tema sin participar en su discusión a fin de que el grupo cree su propio discurso de acuerdo con sus preocupaciones e intereses.
- El análisis se efectúa basado en la transcripción literal de las intervenciones recogidas en grabadora o vídeo.

GRUPOS DE DISCUSIÓN



Ventajas

- Rapidez
- Flexibilidad
- Empatía



Inconvenientes

- Subjetivismo en interpretación
- Artificialidad
- Parcialidad
- Coste elevado

4. EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE ENCUESTA

- La técnica de la encuesta supone la obtención de información de los individuos a través de un listado de preguntas llamado cuestionario y el posterior análisis estadístico de la información obtenida.
- La información que se puede obtener en una encuesta turística se divide en:
 - ✓ **Características de la población:** sexo, edad, estatus socio-económico, tipo de familia...
 - ✓ **Actividades** que se realizan, uso de atracciones, frecuencia de visita, tiempo y gasto, lugar de origen, medio de transporte...
 - ✓ **Actitudes y motivación:** razones para la elección, valores, satisfacción, necesidades...

ALGUNOS CONCEPTOS

- POBLACIÓN (UNIVERSO DE ESTUDIO): conjunto de unidades de las que se desea obtener cierta información.
- MUESTRA: parte representativa de la población.
- MUESTREO: procedimiento por el cual se selecciona la muestra
- CUESTIONARIO: Listado de preguntas a las que se espera que el entrevistado conteste.
- ERROR DE MUESTREO: grado de inadecuación entre los valores obtenidos en la muestra (estimaciones) y los valores correspondientes de la población (parámetros).
- NIVEL DE CONFIANZA: grado de probabilidad que tiene el investigador de que su estimación se ajuste a la realidad.
- MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL: estadísticos que resumen la información y captan las tendencias: MEDIA, MEDIANA Y MODA

LA ENCUESTA



Ventajas

- Fiabilidad
- Rapidez
- Población grande



Inconvenientes

- Información limitada al cuestionario
- Precio
- “Deseabilidad social”

TIPOS DE ENCUESTA

Tipo	Auto cumplimentada o Entrevistador	Coste	Universo posible	Duración posible	Índice de respuesta
En casa	Los dos	Caro	Toda la población	Larga	Alto
En la calle	Entrevistador	Medio	La mayoría de la población	Corta	Medio
Teléfono	Entrevistador	Medio	Población con teléfono	Corta	Medio
Postal	Auto cumplimentada	Barato	Toda la población	Variable	Bajo
En el sitio	Los dos	Medio	Sólo usuarios	Media	Alto

PROCESO DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

- DISEÑO DEL CUESTIONARIO
- DISEÑO DE LA MUESTRA
- TRABAJO DE CAMPO
 - ✓ Adiestramiento encuestadores
 - ✓ Pre-test
 - ✓ Seguimiento del trabajo de campo:
aplicación del cuestionario
- DEPURACIÓN DE DATOS
- ANÁLISIS ESTADÍSTICO

¿SE PUEDE MENTIR CON LA ESTADÍSTICA?

- No existe un método de obtención de información libre de errores
- Los datos no bastan por sí solos: hay que interpretarlos

Trucos para mentir con la estadística:

- ❖ Se puede elegir qué datos emplear y cuáles desestimar
- ❖ Se pueden interpretar los datos de un modo sesgado
- ❖ Se pueden hacer gráficos “a la medida”

