

MITOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Desafíos: de la demanda a la propuesta de investigación

LABORATORIO DE METODOLOGÍA
CUALITATIVA - CEIA / FLACSO Argentina

30 de Agosto de 2022



FLACSO
ARGENTINA



Centro de Estadística
e Informática Aplicada
FLACSO Argentina

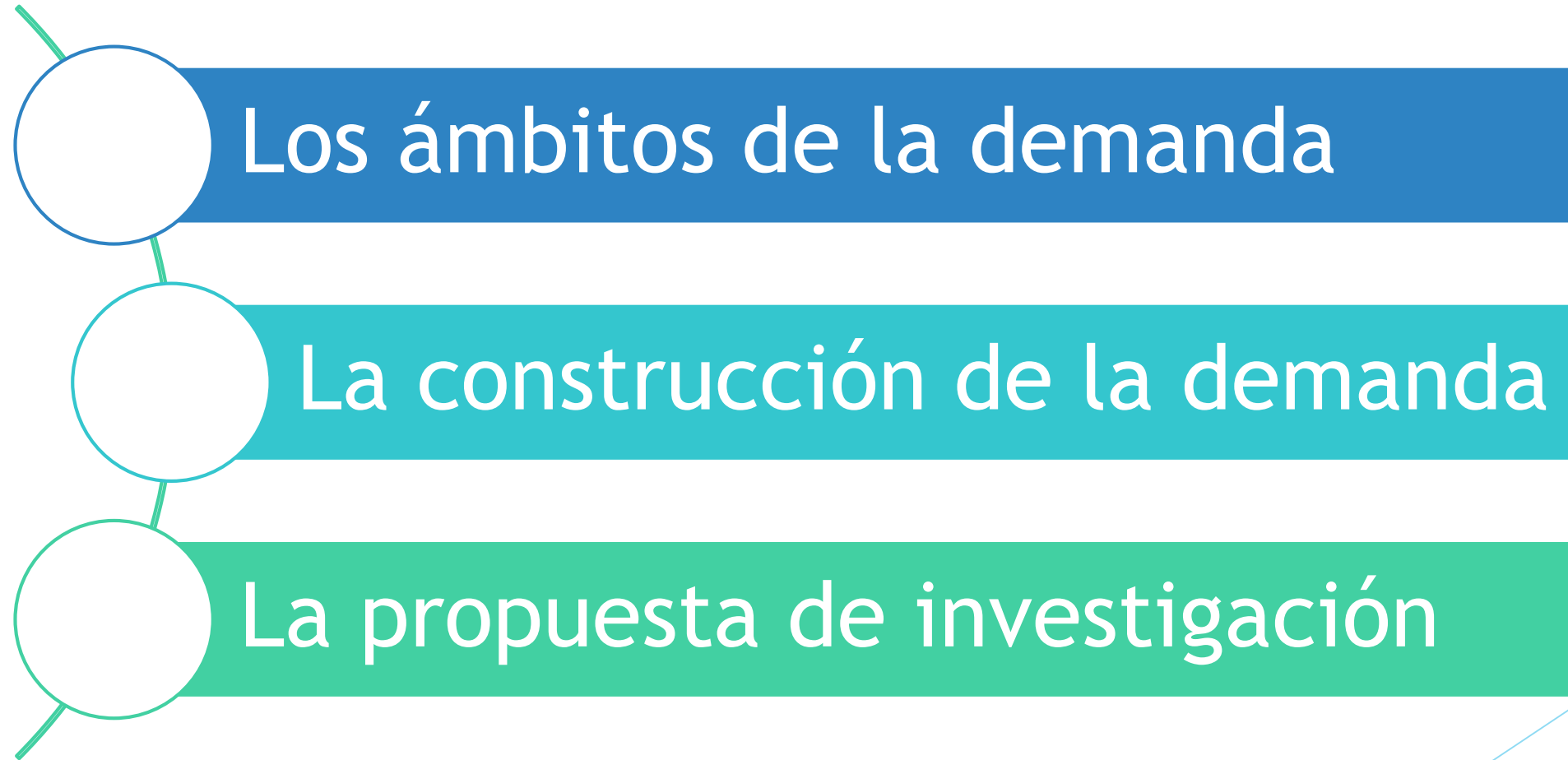
Expositoras:
Natalia Apel - María Ferraro

Mitos de la investigación cualitativa
Desafíos: de la demanda a la propuesta
de investigación

Reflexiones desde la experiencia

Nuestra experiencia

Trabajamos en:	- Investigación social
	- Monitoreo y evaluación de proyectos (M&E)
	- Docencia
Con:	- Abordajes cualitativo y cuantitativo
En /para	- Organismos del Estado
	- Organismos de cooperación multilateral e Internacionales
	- Empresas de investigación de mercado y opinión pública

- 
- Los ámbitos de la demanda
 - La construcción de la demanda
 - La propuesta de investigación



Los ámbitos de la demanda

La construcción de la demanda

La propuesta de investigación

Tesis
Investigación-Universidades

Investigación de Mercado
Opinión Pública

Académico

Privado

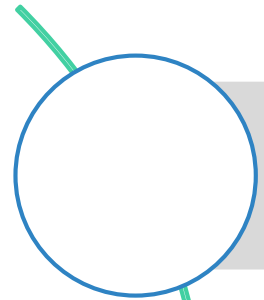
Ámbitos de
aplicación

Políticas
Públicas

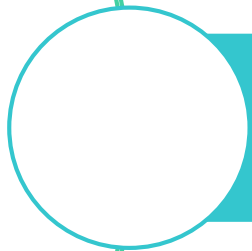
Organismos
Internacionales

Financiamiento de
Programas/ Proyectos
Investigaciones evaluativas

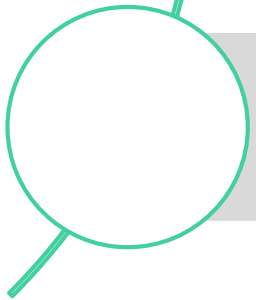
Dependencias
ministeriales
ONG



Los ámbitos de la demanda



La construcción de la demanda



La propuesta de investigación



Demanda

Plantea:

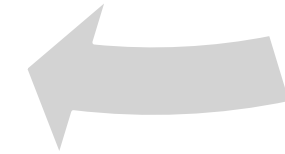
Focos de interés inicial
Necesidades y propósitos

A veces, una propuesta
metodológica

*(no viene con la hoja en
blanco)*



Construcción
de la
demanda



Requiere de:

1) **Etapa de Instrucción**
acerca del alcance y utilidad
del abordaje metodológico
(solicitante no experto)

2) Inmersión con el tema
(por parte del consultor)

3) **Diálogo para comprender**
la necesidad de quien demanda



Propuesta de
investigación

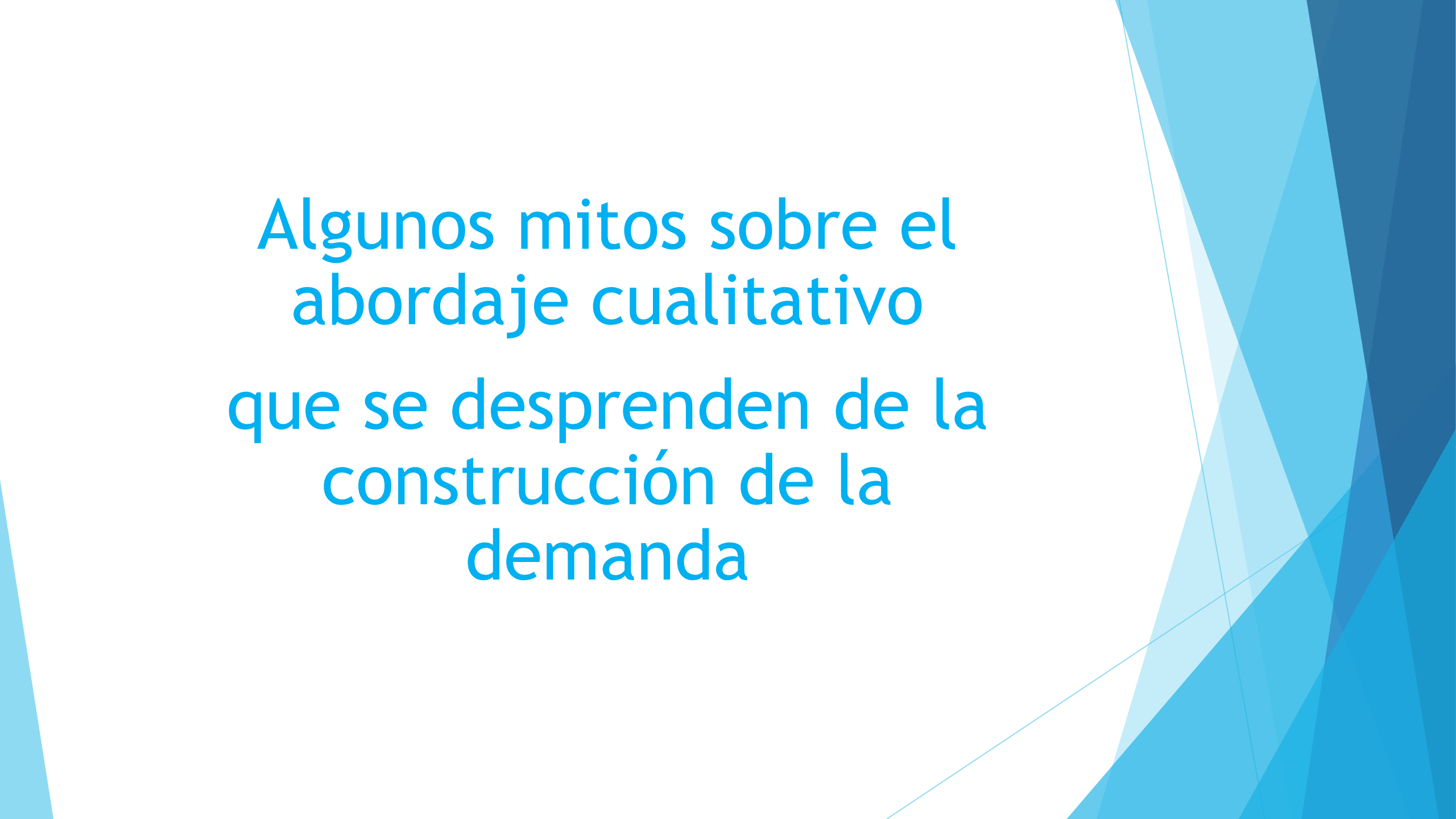
Integra:

La adecuación a la necesidad
de la demanda

El enfoque en los resultados
esperados

Los acuerdos alcanzados
(Objetivos/Plazos/Costos)



The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a dynamic, layered effect. The text is centered on the white space of the slide.

Algunos mitos sobre el
abordaje cualitativo
que se desprenden de la
construcción de la
demanda

Mitos	Imprecisiones	
#1. El cuali es más simple que el cuanti	Flexibilidad mal comprendida	El método cualitativo no es más simple “es flexible” y propone un diálogo permanente entre la información y las decisiones operativas. Trabaja con un objeto complejo en el que se necesita adentrarse.
#2. El dato es un número	Valoración de número / percepción de “precisión”	Hay datos cuantitativos y datos cualitativos. La calidad depende la capacidad del dato para aportar conocimiento válido.
#3. Es solo un paso previo para construir un cuestionario	Idea de que el único método es el hipotético deductivo	El abordaje cualitativo representa el acceso a información en profundidad, puede ser utilizado con diversos fines: Construir hipótesis, comprender en profundidad y explicar fenómenos.
#4. Es muy subjetivo	Si hay subjetividad no hay ciencia	La subjetividad está implicada siempre en la investigación. En el cuanti en las decisiones operativas y la interpretación del dato. La propia delimitación del estudio requiere de una decisión metodológica y operativa. En el cuali la subjetividad es el campo de información, donde se busca reconoce la heterogeneidad de miradas.



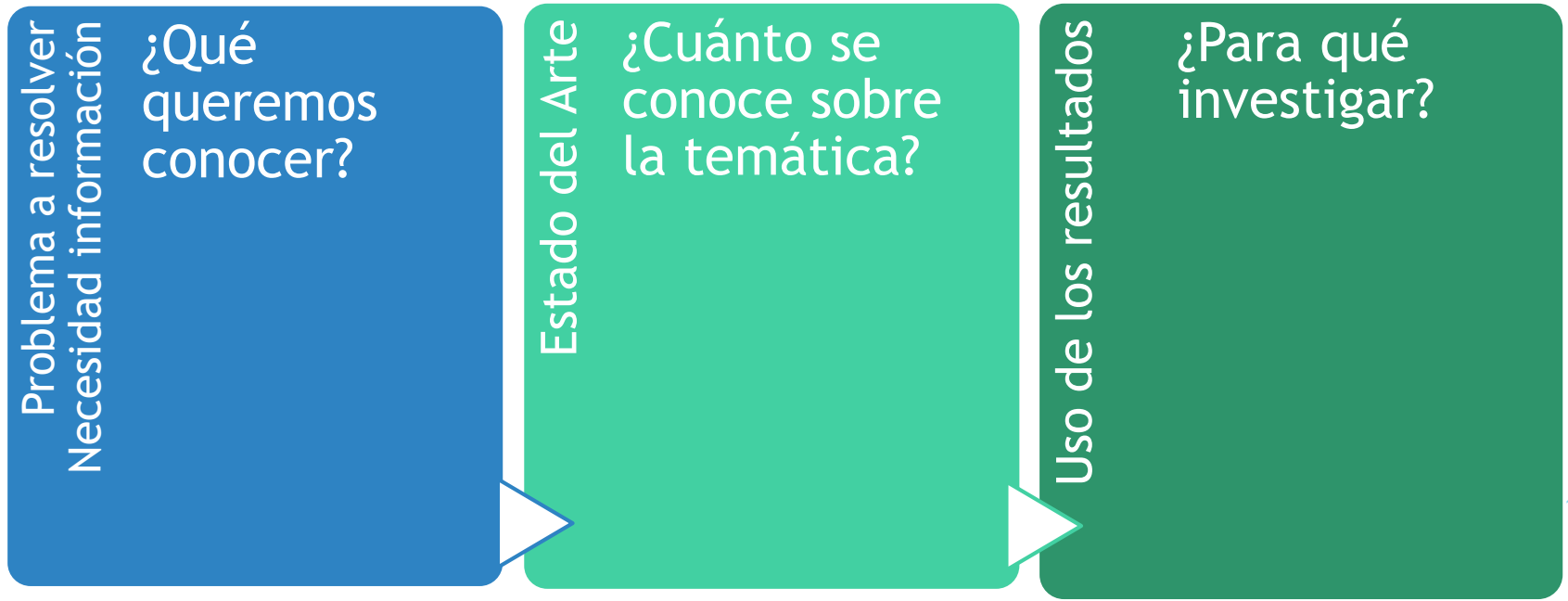
Los ámbitos y los métodos

La demanda

La propuesta de investigación

¿Qué abordaje de investigación proponer? ¿Cuali? ¿Cuanti? ¿Mixto?

La respuesta **está en las** → preguntas



Al momento de diseñar la propuesta de investigación son claves 3 tipos de decisiones:



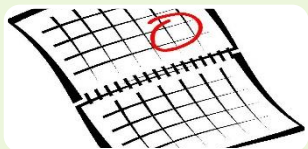
¿Cuánto se investigó previamente?
¿Qué queremos conocer sobre este tema?
¿Qué método y qué técnicas son las más adecuadas?

¿Para cuándo se necesitan los resultados?
¿Qué equipo de trabajo se necesita?
¿Hay financiamiento?
¿De qué modo se accede a los informantes (unidades de observación)?
¿Es viable el contacto, se requieren autorizaciones, intermediación?

¿Cuál será el uso y aprovechamiento de información?

¿Qué decisiones se esperan tomar con los resultados?

¿De qué manera se difunden?



Tiempos

Para Ayer



Presupuesto

*Ajustado
- se sub-dimensionan
los costos*



Cantidad Casos

*Todos
- expectativa de incluir a
todos los grupos/roles
involucrados de la
población informante*

Demanda

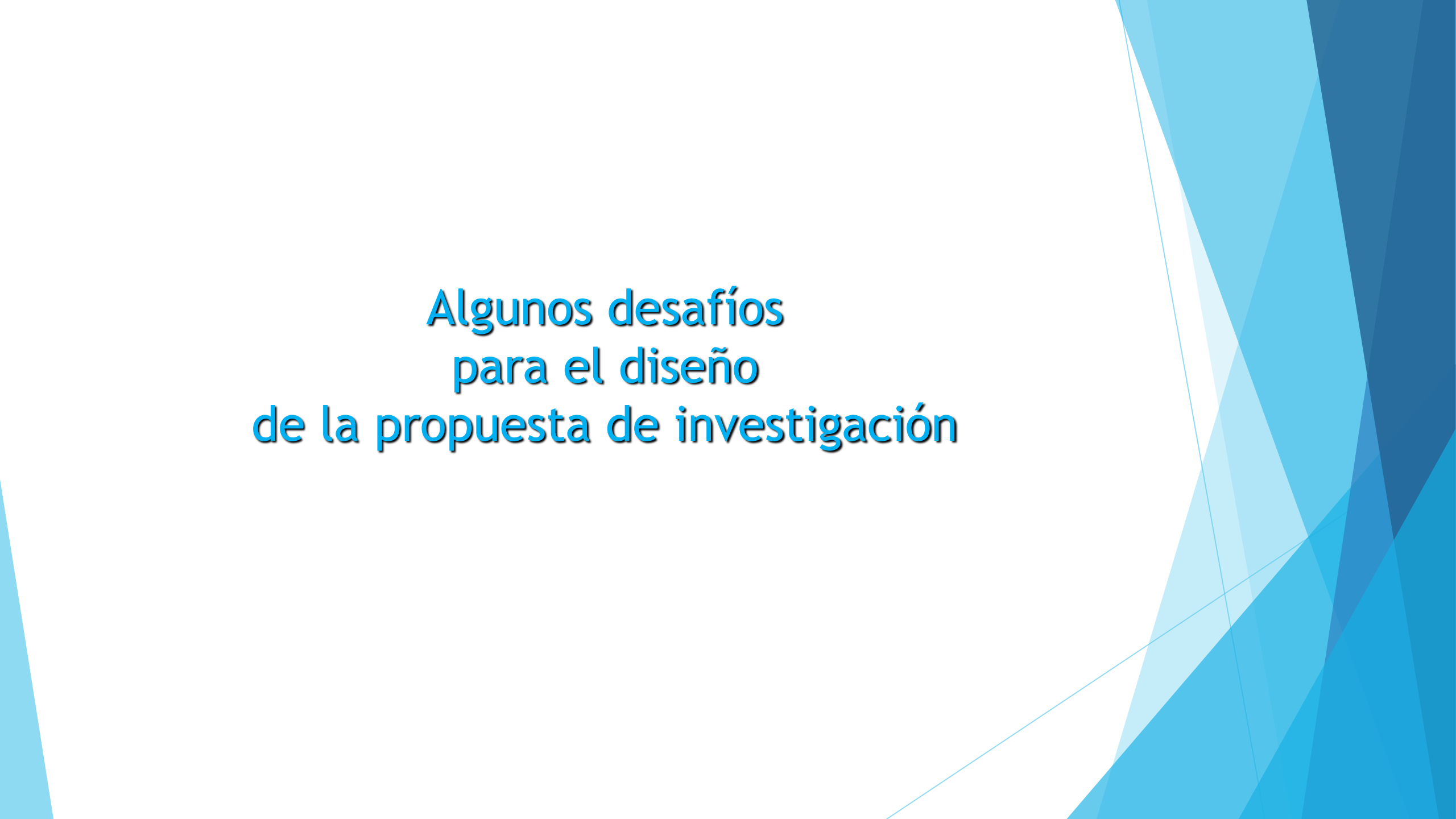
Los plazos implicados
en un abordaje
cualitativo requieren
contemplar el proceso

Se ajusta junto con
el alcance "posible"
en ese momento

Se adecua a los
grupos/roles
relevantes
(muestra teórica/
de inmersión inicial)

- Coherencia
- Adecuación
- Viabilidad

Propuesta

The background features abstract, overlapping geometric shapes in various shades of blue, ranging from light sky blue to deep navy blue. The shapes are primarily triangles and polygons, creating a dynamic, layered effect. The text is centered on a white background that occupies the left and middle portions of the slide.

Algunos desafíos para el diseño de la propuesta de investigación

Algunos desafíos para la propuesta de investigación

Interés por un estudio cuantitativo → La complejidad del tema y el objetivo de investigación implica una mirada cualitativa

Desconocimiento del alcance del abordaje cualitativo

Interés por un estudio cualitativo con cantidad de casos determinados y técnicas definidas → Se revisa la fundamentación para el diseño muestral, en función de objetivos, población a considerar y condiciones de viabilidad

Técnicas no adecuadas a la unidad de análisis

Interés en un estudio cualitativo, sin definiciones metodológicas solo intenciones de múltiples abordajes → Se ajusta el encuadre metodológico según objetivos y presupuesto disponible, se prioriza el foco de investigación (puede resultar en varias etapas)

Sobreestimación de las técnicas por encima del problema

Para seguir pensando...

...mitos asociados a etapas posteriores al diseño de la propuesta:

“Cuantas más personas en un grupo mejor”
(reclutamiento)

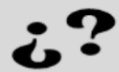
“La guía de pautas debe ser corta. Son muchas preguntas”
(diseño de instrumentos)

“Es mejor que yo (solicitante) haga la presentación de los/as entrevistados/as”
(moderación de GF/entrevistas)

“¿Cuántas personas dijeron esa respuesta?”
(presentación de resultados)

Laboratorio de
Metodología
Cualitativa -
CEIA FLACSO
ARGENTINA

¡Muchas
gracias!



preguntas



comentarios



[https://www.flacso.org.ar/institucional/programas/
centro-de-estadistica-e-informatica-aplicada/](https://www.flacso.org.ar/institucional/programas/centro-de-estadistica-e-informatica-aplicada/)



ceia@flacso.org.ar
napel@flacso.org.ar
maferraro@flacso.org.ar