

# COMO INVESTIGAR CUALITATIVAMENTE. ENTREVISTA Y CUESTIONARIO

Milton Luis Rodrigues Bresque  
Cristiane Hoffmann Moreira  
Paulo Ricardo Mackedanz Flores  
Viktória Hoffmann Moreira  
[eduardopalmeira@brturbo.com.br](mailto:eduardopalmeira@brturbo.com.br)

## Resumen

Este artículo se propone abordar dos formas de elaboración de una investigación cualitativa la Entrevista y Cuestionario, describiendo algunos conceptos, definiciones, tipos y técnicas de los temas propuestas, así como su importancia para la elaboración de una investigación cualitativa.

**Palabras claves:** investigación, cualitativo, Entrevista, Cuestionario

---

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

**Rodrigues Bresque, Hoffmann Moreira, Mackedanz Flores y Hoffmann Moreira:** *Como investigar cualitativamente. Entrevista y Cuestionario*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, marzo 2011, [www.eumed.net/rev/cccs/11/](http://www.eumed.net/rev/cccs/11/)

---

## 1. Introducción

Este trabajo tiene como objetivo escribir sobre el contenido de la disciplina Método y Técnicas de la Investigación Cualitativa y su importancia en una investigación en el campo de las ciencias humanas y sociales.

Una investigación cualitativa envuelve el estudio del uso y la colecta de una variedad de materiales empíricos estudio de caso; experiencia personal; introspección; historia de vida; entrevistas; artefactos; textos y producciones culturales textos observacionales; históricos; interactivos y visuales, describiendo momentos y significados rutinarios y problemáticos en la vida de los individuos.

Entre todos los temas abordados en la asignatura, fue elegida el tema “Cómo investigar cualitativamente. Entrevista y lo Cuestionario” para profundizar el estudio. Para tanto, fue utilizado el material propuesto y aplicado en las clases de la asignatura, y también algunas otras bibliografías.

## 2. Entrevista

La entrevista es una técnica la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo) entrevistados, informantes), para obtener datos sobre un problema determinado. Es necesario la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal.

Para GOODE ET HATT (1979), aunque los procedimientos de muestreo se hayan vuelto mucho más complejo y precisos que el sentido común puede acompañar, todavía se basan en actividades comunes a todos los hombres, y así toda entrevista consiste en el desarrollo de precisión, focalización, fidelidad y validez de un cierto acto social común a la conversación

Conforme el propósito profesional con que se utiliza la entrevista, ésta puede cumplir con algunas de estas funciones:

- a. obtener información de individuos o grupos,
- b. influir sobre ciertos aspectos de la conducta (opiniones, sentimientos, comportamientos),
- c. ejercer un efecto terapéutico.

En el desarrollo de la entrevista hay que considerar aspectos relativos a la relación entrevistador-entrevistado, la formulación de las preguntas, la recogida y el registro de las respuestas o la finalización del contacto entrevistador-entrevistado.

## **2.1. Entrevista en profundidad**

En la entrevista en profundidad el entrevistador desea obtener información sobre determinado problema y a partir de él establece una lista de temas, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador, quien podrá sondear razones y motivos, ayudar a establecer determinado factor, etc..., pero sin sujetarse a una estructura formalizada antemano. Es posible concebir la entrevista en profundidad como “una serie de conversaciones libres” en las que el investigador poco a poco va introduciendo nuevos elementos que ayudan al informante a comportarse con tal.

### **2.1.1. Elementos diferenciadores de la entrevista en profundidad**

Los elementos diferenciadores de la entrevista en profundidad son la existencia de un propósito explícito, la presentación de unas explicaciones al entrevistado y la formulación de unas cuestiones.

La entrevista parte de un propósito explícito. Comenzar hablando de algún asunto intrascendente para la investigación que realizamos, tocar en ella los temas más variados de manera que el informante se sienta confiado y exprese sus opiniones con naturalidad.

La entrevista en profundidad supone un proceso de aprendizaje mutuo. Mientras se está conociendo la cultura de un informante, éste también aprende algo-quizás llegue a ser más consciente de su rol como profesor o de sus revelaciones con los alumnos-. Por esta razón, desde el primer encuentro hasta la última entrevista, el investigador debe ofrecer una y otra vez explicaciones sobre la finalidad y orientación general del estudio que pretendemos realizar.

Por otra parte, puesto que toda investigación cualitativa busca aprehender los significados que los informantes atribuyen a los elementos del contexto en el que participan, si pretendemos que nuestros informantes se expresen utilizando sus propios términos y hablen con nosotros como si estuviesen charlando con los demás miembros de su contexto, no estará de más que les recordemos que no deben hacernos traducciones.

También es posible que debamos explicar a nuestro informante lo que se espera de él, de modo que pueda ofrecernos una información más precisa.

El tipo de cuestiones que se formulan en una entrevista en profundidad presenta, unas peculiaridades que tienden a acentuar el carácter específico y diferencial de este tipo de entrevistas. Con los rasgos distintos, cabría identificar además aspectos que permiten diferenciar este tipo de entrevista de la conversación libre.

El diálogo que se mantiene entre entrevistador e informante es asimétrico: el primero formula todas las preguntas y el segundo habla sobre sus experiencias. Así. Aunque pueden establecerse turnos de palabra no suelen preguntarse por sus respectivas visiones del problema y no informan por igual de las mismas.

El entrevistador busca deliberadamente la repetición de lo que ha afirmado el informante, bien repitiéndolo él mismo bien haciendo que lo repita el informante.

Un nuevo elemento que diferencia la entrevista en profundidad de la conversación libre es que implica expresar interés e ignorancia por parte del entrevistador. Durante buena parte de la entrevista aparecerá como el único verdaderamente interesado y con curiosidad hacia lo que piensa, dice o cree su interlocutor. En una entrevista en profundidad no se busca abreviar –como ocurre a menudo en las conversaciones libres–, más bien las preguntas estimulan una y otra vez al informante a que entre en detalles, a que exprese sin prácticamente limitación alguna sus ideas o valoraciones.

### **3. Desarrollo de la entrevista**

La entrevista se concibe como una interacción social entre personas gracias a la que va a generarse una comunicación de significados: una persona va a intentar explicar su particular visión de un problema, la otra va a tratar de comprender o de interpretar esa explicación.

#### **3.1. Relación entrevistador-entrevistado**

Es una relación tan importante que llega a condicionar la calidad de la información recibida. Es un proceso de entendimiento y confianza mutua entre entrevistador y entrevistado. Podemos decir que existe una verdadera relación de confianza entrevistador-entrevistado cuando éste último aporta información personal comprometedora para él y cuando tiene suficiente libertad para preguntar al entrevistador.

Los primeros momentos de la relación entrevistador-entrevistado suelen estar presididos por una desconfianza mutua, por un sentimiento de aprensión. Uno no sabe muy bien cómo nos ve físicamente.

La cooperación entrevistador-informante puede entenderse ya como un avance significativo en el proceso para desarrollar una relación de confianza. Cooperar supone efectivamente una unidad de acción frente a un mismo problema. El informante está dispuesto a colaborar con el entrevistador para llegar a explicar su visión del problema. Es posible decir que existe una verdadera relación de confianza entrevistador-entrevistado cuando éste último aporta información personal comprometedora para él y cuando tiene suficiente libertad para preguntar al entrevistador.

#### **3.2. El comienzo de la entrevista**

El comienzo de una entrevista en profundidad se asemeja al de una conversación libre en la que los interlocutores hablan de un modo relajado sobre distintos temas cotidianos. El entrevistador poco a poco introduce preguntas buscando respuestas que proporcionan puntos de vista generales sobre un problema, descripciones amplias de un acontecimiento o narraciones que cuentan el desarrollo de una institución, el trabajo en una clase, etc.

El informante debe percibir que en la que la entrevista vamos a preguntarle por cosas para las que va a tener una respuesta sencilla, que no vamos a contrastar sus conocimientos o a comprometer su status dentro del grupo al que pertenece.

A la hora de reconducir las entrevistas, hay entrevistadores que llevan un pequeño guión escrito, otros prefieren memorizar una serie de aspectos sobre los que desean dirigir la entrevista. Esto les permite cierta independencia para improvisar sus preguntas sobre la marcha sin detener el flujo de la conversación con el entrevistado.

#### **3.3. Situación de entrevista**

En el seno de una conversación, todos tendemos a hablar sobre nosotros mismos y esa tendencia no debe ser abortada sino más bien aceptada como natural.

Algunos elementos, que no deben entenderse como un modelo sino más bien como elementos tendentes a favorecer ciertos procesos, ayudan a conseguir ese clima de naturalidad y de libre expresión propio de las entrevistas etnográficas:

a) No emitir juicios sobre la persona entrevistada;

- b) Permitir que la gente hable;
- c) Realizar comprobaciones cruzadas;
- d) Prestar atención;
- e) Ser sensible.

### 3.4. Cuestiones

Existen diferentes clasificaciones sobre el contenido de las preguntas de una entrevista. La elaborada por Patton (1980), distingue entre:

- a. Las preguntas demográficas/biográficas – se formulan para conocer las características de las personas que son entrevistadas.
- b. Las preguntas sensoriales – son cuestiones relativas a lo que se ve, escucha, toca, prueba o huele.
- c. Las preguntas sobre experiencia/conducta – se formulan para conocer lo que hace o ha hecho una persona.
- d. Las preguntas sobre sentimientos – están dirigidas a recoger las respuestas emotivas de las personas hacia sus experiencias.
- e. Las preguntas de conocimiento – se formulan para averiguar la información que el entrevistado tiene sobre los hechos o ideas que estudiamos.
- f. Las preguntas de opinión/valor – se plantean al entrevistado para conocer el modo en que valoran determinadas situaciones.

En las entrevistas en profundidad pueden plantearse, al menos, tres tipos generales de cuestiones:

Las descriptivas – donde el entrevistador intenta acercarse al contexto en el que el informante desarrolla sus actividades rutinarias.

- a. Las preguntas gran recorrido – se formulan para obtener una descripción verbal de las características significativas de una actividad o escenario sociales.
- b. Las preguntas mini-recorrido – presentan el mismo formato que las anteriores con la salvedad de la amplitud de su demanda para los informantes.
- c. Las preguntas de lenguaje nativo – piden a los informantes que expresen sus ideas utilizando las palabras y frases más comúnmente empleadas por ellos para describir un hecho, un lugar, objeto, etc.
- d. Las preguntas de experiencia – intentan aproximarse a las circunstancias y prácticas que afectan a las personas, actividades, lugares, etc.
- e. Las preguntas ejemplo – parten de algún acto o suceso identificado por el informante y solicitan una aclaración a través de un referente o ejemplo del mismo.

Las cuestiones estructurales – se formulan para comprobar las explicaciones extraídas de los informantes a partir de anteriores entrevistas, al tiempo que para descubrir nuevos conceptos, ideas, etc.

- a. El principio de concurrencia – establece que las cuestiones estructurales son complementarias de las cuestiones descriptivas; más que sustituir complementan a las cuestiones descriptivas.

b.El principio de explicación – recoge la necesidad que tiene el entrevistador de clarificar al informante el sentido de las preguntas que se van a formular.

c.El principio de repetición – subraya la importancia de volver una o otra vez sobre las explicaciones y declaraciones aportadas por el informante hasta que éstas queden suficientemente clarificadas.

d.El principio de contexto – destaca la necesidad de situar al informante dentro de un marco más general en el que tengan cabida todas sus respuestas.

e.El principio del esquema de trabajo cultural – intenta señalar la importancia que tiene que el informante sea capaz de abstraer los elementos concretos de su actividad, quehacer, ideas, etc.

Dentro de las cuestiones estructurales podemos identificar hasta cinco modalidades diferentes preguntas:

a.Las preguntas estructurales sobre términos inclusores – se plantean al informante para comprobar una categoría utilizada por éste para aludir al conocimiento propio de una cultura.

b.Las preguntas estructurales sobre términos incluidos – se formulan para comprobar si un término forma parte de una categoría. En este sentido confirman tanto la categoría como los elementos que forman o que podrían llegar parte de ella.

c.Las preguntas estructurales de esquema de sustitución – utilizan para generar nuevos elementos de una categoría a partir de otros que previamente ha identificado el informante.

d.Las preguntas sobre tarjetas de clasificación – utilizan para hacer explícita una lista de conceptos propios de una cultura. Su construcción es muy simple y parten de un conjunto de términos escritos en tarjetas que ayudan a sacar a la luz, verificar y discutir sobre los elementos de una categoría.

Las cuestiones de contraste – se plantean para extraer diferencias entre los términos utilizados por un informante como parte de una misma categoría. En este sentido. Permiten descubrir (oponiendo términos) las relaciones tácitas entre los términos. Este tipo de cuestiones se apoya en cuatro principios fundamentales:

a.El principio de relacionalidad – señala que el significado de un símbolo puede descubrirse averiguando el modo en que se relaciona con otros símbolos.

b.El principio de uso – establece que el significado de un símbolo puede descubrirse preguntando por su uso más que por su significado.

c.El principio de similitud – señala que el significado de un símbolo puede descubrirse hallando el modo en que es similar a otros símbolos.

d.El principio de contraste – establece que el significado de un símbolo se puede descubrir hallando el modo en que es diferente de otros símbolos.

Las modalidades bajo las que pueden plantearse las cuestiones de contraste son las siguientes:

a.Las cuestiones de contraste de verificación – buscan confirmar o rechazar las diferencias o similitudes entre un grupo de elementos o términos incluidos empleados por el informante.

b.Las preguntas de contraste dirigidas – se desarrollan a partir de un concepto p término conocido por el entrevistador, que forma parte de una categoría o grupo de contraste, y a partir de ahí se hace la pregunta.

c.Las cuestiones de contraste diádicas – se formulan cuando se intenta establecer un contraste entre términos sin tener ninguna información que sugerir al informante.

d.Las cuestiones de contraste triádicas – procedentes de la estarte utilizada por Kelly (1955) para extraer los constructor que utilizan las personas para definir una determinada realidad social y personal, implican una petición al informante para que establezca contraste entre términos comparando entre sí dos de ellos con un tercero.

e.Las cuestiones de contraste de verificación de grupo – se formulan para contrastar a un tiempo todos los términos que integran una taxonomía o clasificación.

f.Las cuestiones de contraste que siguen el juego de las veinte preguntas – persiguen que el informante desvele tipos de relaciones presumiblemente implícitas en los términos que ha utilizado con anterioridad.

g.Las cuestiones de clasificación – se formulan para descubrir los valores que aparecen asociados o unidos a un conjunto de símbolos. Estas cuestiones se formulan para establecer contraste de grados.

### **3.5. La respuesta del informante**

El tipo de respuestas que los informantes ofrecen en una entrevista en profundidad es muy variado y no siempre se adecua a las preguntas formuladas. En este sentido, el entrevistador debe utilizar determinadas estrategias para conseguir la respuesta adecuada a su pregunta.

### **3.6. La utilización de grabadoras**

Las grabadoras permiten registrar con fidelidad todas las interacciones verbales que se producen entre entrevistador y entrevistado. Asimismo, la utilización de grabadores en las entrevistas permite prestar más atención a lo que dice el informante, favoreciendo así la interacción entrevistador-entrevistador.

Cuando la persona entrevistada se niega que el entrevistador utilice grabador o se siente incómoda ante la presencia del equipo, no podemos hacer uso de las grabadoras. En este sentido, antes de utilizar la grabadora es recomendable mantener al menos una pequeña conversación introductoria con los entrevistados, tomar notas sobre lo que dice el entrevistado y destacar la importancia e interés que tienen sus aportaciones.

En el desarrollo de las entrevistas grabadas, el entrevistador puede tomar notas que le ayuden a formular nuevas cuestiones y a contrastar ciertos supuestos de partida. El registro de notas puede facilitar el proceso de análisis (notas que recogen listas de puntos esenciales, palabras o expresiones-clave) y, en ocasiones, puede salvar situaciones inesperadas (fallos en la grabación). Las notas también ayudan a llevar el control sobre la relación de preguntas formuladas/ preguntas contestadas.

## **4. Cuestionario**

Aunque el empleo de los cuestionarios suele asociados a enfoques y diseños de investigación típicamente cuantitativos, muchas son las razones para la asociación entre los cuestionarios y la investigación cualitativa, tais cuáles:

I.favorecen el acercamiento a formas de conocimiento nomotético no ideográfico;

II.su análisis se apoya en el uso de estadísticos que pretenden acercar los resultados en unos pocos elementos (muestra) a un punto de referencia más amplio y definitorio (población);

III.suelen diseñarse y analizarse sin contar con otras perspectivas que aquélla que refleja el punto de vista del investigador.

Para Marconi y Lakatos (1999) cuestionario es un instrumento de colecta de datos constituido por una serie ordenada de preguntas, que deben ser respondidas por escrito y sin presencia del entrevistador.

La elaboración de uno cuestionario requiere la observancia de normas necesitas, a fin de aumentar su eficacia y validez. En su organización, se deben tener en cuenta los tipos, el orden, los grupos y la

formulación de las preguntas y también “todo aquello que se sabe sobre percepción, estereotipos, mecanismos de defensa, liderazgo, etc.”

El cuestionario como técnica de recogida de datos puede prestar un importante servicio en la investigación cualitativa. Pero, para ello, es necesario que en su elaboración y administración se respeten algunas exigencias fundamentales:

a)El cuestionario es un procedimiento de exploración de ideas y creencias generales sobre algún aspecto de la realidad;

b)El cuestionario se considera como una técnica más, no la única ni la fundamental, en el desarrollo del proceso de recogida de datos;

c)En la elaboración del cuestionario se parte de los esquemas de referencia teóricos y experiencias definidos por un colectivo determinado y en relación con el contexto del que son parte;

d)El análisis de los datos del cuestionario permite que la información se comparta por participantes en la investigación;

e)La administración del cuestionario no produce rechazo alguno entre los miembros de determinado colectivo, sino que es mayoritariamente aceptado y se le considera una técnica útil en el proceso de acercamiento a la realidad estudiada.

#### **4.1. Definición**

El cuestionario se define como una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador, por considerar que para recoger información sobre el problema objeto de estudio es suficiente una interacción impersonal con el encuestado.

En lo que respecta a la contestación y posterior devolución del cuestionario por parte de los encuestados, Fox(1980: 610) señala la conveniencia de seguir un proceso que se desarrolla en cuatro fases:

a.Limitación da extensión del cuestionario para que los sujetos preguntados tengan que dedicar el menor tiempo posible a la tarea de contestarlo;

b.Estructuración del modelo de respuesta en el mayor grado posible para reducir al mínimo lo que tengan que escribir los sujetos;

c.Redacción del material introductorio de un modo elocuente y sincero para que los sujetos conozcan la finalidad de la investigación y el uso que se hará de los datos y se convenzan de que es una finalidad útil y profesionalmente deseable; y, por último,

d.Arbitrar algún sistema para que los sujetos conozcan, si lo desean, los resultados de la investigación, de modo que el intercambio de información sea una calle de dos direcciones y no de una sola.

#### **4.2. Ventajas y Desventajas**

Como toda la técnica de colecta de datos, el cuestionario también presenta una serie de ventajas y desventajas:

Ventajas:

a.Ahorra tiempo, viajes y obtiene gran número de datos.

b.Alcanza mayor número de personas simultáneamente.

- c. Abarca un área geográfica más amplia.
- d. Ahorra personal, tanto en adiestramiento cuanto en trabajo de campo.
- e. Obtiene respuestas más rápidas y más precisas.
- f. Hay mayor libertad en las respuestas, en razón del anonimato.
- g. Hay más seguridad, por el hecho de que las respuestas no sean identificadas.
- h. Hay menos riesgo de distorsión, por la no influencia del investigador.
- i. Hay más tiempo para responder y en hora más favorable.
- j. Hay más uniformidad en la evaluación, en virtud de la naturaleza impersonal del instrumento.
- k. Obtiene respuestas que materialmente serían inaccesibles.

Desventajas:

- a. Porcentaje pequeño de los cuestionarios que vuelven.
- b. Gran número de preguntas sin respuestas.
- c. No se puede aplicar a personas analfabetas.
- d. Imposibilidad de ayudar al informante y cuestiones mal comprendidas.
- e. La dificultad de comprensión, por parte de los informantes, lleva a una uniformidad aparente.
- f. En la lectura de todas las preguntas, antes de contestarlas, puede una cuestión influenciar a otra.
- g. La devolución tardía perjudica el calendario o su utilización.
- h. El desconocimiento de las circunstancias en que habrían sido rellenados vuelve difícil el control y la verificación.
- i. Ni siempre es el elegido quien responde al cuestionario, invalidando, por lo tanto, las cuestiones.
- j. Exige un universo más homogéneo.

### 4.3. Tipos de cuestionarios

La planificación de un cuestionario implica diseñar un conjunto de cuestiones que supongan concretas las ideas, creencias o supuestos del encuestador en relación con el problema estudiado. En este sentido, toda planificación comienza a partir de la propia reflexión del encuestador sobre el problema o asunto que constituye el corazón de su estudio; el encuestador se formula preguntas acerca de ese problema y trata de contestarlas desde sus propias ideas, supuestos o hipótesis explicativas o desde modelos o esquemas teóricos que comparte.

Los tipos de cuestiones estarán estrechamente relacionadas, en primer lugar, con el esquema conceptual de partida, o sea, si el cuestionario es unidimensional las cuestiones deben ser convergentes en un solo tema, sin embargo, si el cuestionario consta varias dimensiones, las preguntas deben responder a esa multidimensionalidad, bien reconociendo la independencia de cada una de esas dimensiones o las relaciones entre ellas.



#### **4.3.1. Cuestionarios que buscan una información descriptiva común**

Son cuestionarios donde las opciones de respuesta que se ofrecen a los encuestados representan las distinciones que el encuestador toma en cuenta al definir determinada variable o concepto presente en su estructura conceptual.

Otra peculiaridad de este tipo de cuestionarios es que debe observarse en ellos que las opciones presentadas sean redactadas de manera que permitan responder a todos los sujetos, incluso a aquéllos que no deseen dar ciertos datos o no conocen otros. Esto puede hacerse utilizando algunos procedimientos concretos:

a. La opción abierta – utilizado cuando el encuestador no tiene interés en distinguir entre diferentes encuestados o cuando cree que ya no habrá muchos encuestados.

b. La opción no sé – con esta opción se pretende dejar claro para los sujetos que el no conocer esa información es una respuesta aceptable, y que el encuestador preferiría que indicaran sinceramente que no lo saben a que tratan de adivinarlo contestando al azar a una de las tres primeras opciones.

c. La opción prefiere no contestar – el principio de ofrecer a todos los sujetos consultados una opción que refleje su opinión sobre la variable, el encuestador ha pensado que ciertos sujetos pueden ser reacios a revelar su edad. Para darles un medio de contestar, ha añadido una opción que les permite expresar esa posición.

#### **4.3.2. Cuestionarios que buscan una información de carácter cualitativo**

Siempre que el investigador busca una información más cualitativa, sus preguntas deben indicar tanto las opciones que se ofrecen al encuestado como la gama continua dentro de la que se buscará la respuesta.

Al expresar las opciones de las preguntas que buscan información cualitativa, el objetivo del encuestador es el mismo que al buscar información descriptiva: dar una respuesta a todos los sujetos que se aproxime razonablemente a la asociación que el sujeto consultado hará a la pregunta.

No hay ningún aspecto del cuestionario que sea más decisivo que el de la selección y preparación de los modelos de respuesta. Un cuestionario puede contener uno o varios modelos posibles de respuesta o cualquier combinación.

#### **4.4. Formato del cuestionario**

Un encuestador no sólo debe atender al contenido del cuestionario sino también al modo de asegurarse las respuestas del encuestado.

Todo cuestionario debe llevar un título que aluda, en forma abreviada, al tema central sobre el que se busca información.

Es importante que la presentación, se sitúa el cuestionario dentro del contexto institucional/particular en el que se haya inscrito, se aclara el marco general del estudio que se está realizando y se exponen los motivos por los que solicita información a los posibles encuestados.

#### **4.5. La redacción de los cuestionarios**

Según GIL (1994) la construcción del cuestionario consiste básicamente en traducir los objetivos específicos de la investigación en ítems bien redactados. Para tanto es necesario que la fijación de los objetivos haya sido realizada de forma adecuada para garantizar su instrumentalización.

La preparación del cuestionario, que es completado por los informantes o participantes en la investigación, supone considerar aspectos:

a. el marco conceptual y experiencia de partida – supone elaborar un esquema o mapa de conceptos que clarifique la posición sobre el problema estudiado, especificando los conceptos utilizados para explicar o problema, así como las relaciones de yuxtaposición, jerarquía (subordinación, coordinación, subordinación) causación, que pueden establecerse entre esos conceptos.

b. la forma – las preguntas suelen clasificarse en tres categorías:

c. preguntas abiertas – se formulan para obtener respuestas expresadas en el propio lenguaje de la persona encuestada y sin límite preciso en la contestación.

d. preguntas cerradas – se formulan para obtener respuestas confirmatorias o des estimativas ante una proposición.

e. preguntas de elección múltiple – son un tipo de pregunta cerrada que, dentro de los extremos de una escala, posibilitan construir una serie de alternativas de respuestas internas.

## **5. La elección y redacción de las preguntas**

La elección de las preguntas está condicionada por diversos factores tales como la naturaleza de la información que se desea obtener, el nivel sociocultural de quienes van a ser interrogados, las características, modalidades, costumbres, conflictos y hábitos de las personas a las que se va a preguntar. Algunas recomendaciones son importantes, tales como:

a. Sólo deben formularse que estén relacionadas con el problema estudiado.

b. Es preferible no plantear preguntas sobre lo que puede conocerse por otros medios, a menos que se desee contrastar un hecho observado o una información recogida en un documento, etc.

c. Al planificar el cuestionario, la elección de las preguntas debe hacerse teniendo en cuenta el modo en que van a codificarse o tabularse las preguntas.

d. En la medida en que ello sea posible, debemos planificar el cuestionario de modo que las preguntas que se formulen permitan establecer comparaciones con otros estudios realizados sobre el mismo problema.

e. Las preguntas nunca deben ser de una especial dificultad para los encuestados.

f. Del mismo modo, la contestación de las preguntas no debe suponer un gran esfuerzo para los encuestados.

g. En este tipo de cuestionarios, deben evitarse las preguntas confidenciales.

Es recomendado que el número de preguntas sea menor que treinta, de modo que un cuestionario con diez preguntas puede parecer tedioso, y otro con treinta e incluso más interesante para un mismo grupo de personas interrogadas. El estilo de las preguntas estará condicionado por múltiples factores:

a) Las preguntas deben ser sencillas, claras, concretas y concisas en su formulación.

b) En la elección de las palabras no sólo se tendrá en cuenta el vocabulario utilizado por las personas interrogadas sino también su sistema de referencia, en lo que respecta a su equivalencia semántica.

c) La pregunta debe posibilitar una sola interpretación, inequívoca e inmediata.

d) Cuando la pregunta tiene un abanico de alternativas, éste debe adecuarse al propio contenido, manteniendo una coherencia gramatical entre la pregunta y las posibles respuestas.

e) Las preguntas no deben sugerir las respuestas, incitando a responder en un sentido más de lo que hacen en otro.

f) Cada pregunta debe contener una sola idea y referirse a un solo sujeto.

## **6. Administración del cuestionario**

Después de estructurar y diseñado el cuestionario, éste debe probarse entre una submuestra pequeña con objeto de observar, entre otras cosas, en qué medida han funcionado las preguntas y los problemas que puedan surgir. Algunas de las variables que determinarán la calidad y el buen funcionamiento del cuestionario y de las instrucciones será el número de declaraciones negativas a contestar encontrado, la proporción de no sabe, no contesta, las preguntas en blanco y anotaciones libres de los encuestados indicando no entiendo la pregunta, no sé qué contestar.

La duración de un cuestionario no es generalmente un elemento determinante en su aceptación o rechazo. El elemento decisivo más importante es – según Luengo Gómez (1981) – el tema a investigar y la fluidez del cuestionario diseñado.

También es preciso tener en cuenta que el encuestador debe clarificar los objetivos de la encuesta mediante una presentación previa de carácter formal. Es recomendable, si no se han realizado contactos previos con la persona o personas a encuestar, enviar un escrito de presentación del encuestado en el que se aclare su propósito y se solicite la administración del instrumento concreto.

## **7. Conclusiones**

Por lo termino del trabajo, o sea, a evaluación de parte del contenido de la disciplina Métodos y Técnicas de la Investigación Cualitativa, más precisamente el contenido “entrevista y cuestionario”, parece claro la importancia de su aplicación en tiempo cierto.

Sin embargo, es importante definir que tipo o modelo de entrevista utilizar, dependiendo del propósito, del público y del ambiente que se está insertado, donde es posible definir el modelo de entrevista, el formato de diálogo y que tipo y clasificación de cuestiones abordar.

Es fundamental elegir cuál el tipo de cuestiones a adoptar en una entrevista de profundidad, donde aparecen las descriptivas, las cuestiones estructurales y las cuestiones de contraste con sus variaciones y aplicabilidades.

La relación entrevistador y entrevistado es un factor fundamental para elegir el tipo de abordaje a adoptar, y de esta relación, muchas veces, depende la calidad de la información. El cuestionario, aunque sea asociado fuertemente la investigación cuantitativa, cuando de forma adecuada, y en tiempo cierto, puede ser de gran valía para la investigación cualitativa.

Es posible definir con claridad entre las ventajas en su aplicación lo alcance a un mayor número de personas simultáneamente, y también se vuelve más seguro, por el hecho de las respuestas no sean identificadas, como también, presentan algunas desventajas como el pequeño retorno de los cuestionarios y el gran de preguntas sin respuestas. Se resalta todavía, que es muy importante la redacción del cuestionario, además de la elección del tipo de preguntas que debe componer, a la hora de estructura-lo.

Salienta-se ainda, que é muito importante a redação do questionário, além da escolha do tipo de perguntas que deve componer, na hora de estrutura-lo.

Finalmente, es necesario hacer una evaluación del cuestionario, cuanto la aceptación, o rechazo para verificar si esta dentro del objetivo propuesto.

## **8. Bibliografía**

GÓMEZ R. Gregorio et FLORES G. Javier ET JIMÉNEZ G. Eduardo: Metodología de La Investigación Cualitativa. Malaga. Ed. Aljibe, 1996.

MARCONI de A. Marina et LAKATOS M. Eva. -Técnicas de Pesquisa: -Planejamento e execução de pesquisas -Amostragens e técnicas de pesquisa -Elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo. 4ª Ed. Atlas, 1999.

GOODE J. Willian et HATT K. Paul. Métodos em Pesquisa Social, São Paulo. Ed. Nacional, 1979.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2007.

<http://www.unileon.es/>