

LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

By Yolanda Iglesias / Análisis del usuario



En la metodología del **Design Thinking**, tanto para la fase de **empatizar** como para la de **testear**, es importante obtener información relevante de los usuarios a los que nos dirigimos. Hay una gran variedad de alternativas para hacer esa recogida de información, sin duda nosotros abogamos por combinar la **investigación cuantitativa** con la **cualitativa** siempre que se pueda, ya que ambas ofrecen información complementaria: la investigación cuantitativa nos dice qué pasa mientras que la cualitativa nos desvela por qué pasa eso.

Hoy hablamos de nuevo de investigación cualitativa, ya os explicamos cómo hacer un focus group y hoy os hablaremos de la entrevista en profundidad.

¿Qué es una entrevista en profundidad?

Seguro que a todos se os ha venido a la cabeza o alguna entrevista tipo las de revistas o blogs donde una persona lleva unas preguntas preparadas y la persona responde, o bien una situación de encuesta, donde una persona lleva unas preguntas muy concretas con unas respuestas normalmente estructuradas y la otra persona responde según las opciones que le ofrezcan.

Pues bien, una entrevista en profundidad no es ninguna de las anteriores. Este tipo de entrevista trata de conseguir que el encuestado se sienta lo suficientemente cómodo como para responder de forma sincera a las preguntas, es flexible, no estructurada y dinámica, es decir, puede cambiar durante su realización.

Para qué se utiliza la entrevista en profundidad



La entrevista en profundidad, como cualquier otra técnica de investigación cualitativa, tiene múltiples usos, podríamos decir que su objetivo es conseguir información acerca de la vida, experiencia, situación, conocimiento, interacción o relación de una persona sobre un objeto/evento/situación/tema concreto, expresado con sus propias palabras y visto desde su propia perspectiva.

Lo más importante es que busca parecerse a una conversación entre iguales, es decir, es informal, por lo que se suele realizar en un entorno agradable y distendido, donde el entrevistado se sienta seguro y tranquilo. Aquí el entrevistador juega un papel fundamental, ya que de su destreza dependerá la cantidad y calidad de los datos que se vayan a obtener. Debe ser cuidadoso, sutil, no dirigir al entrevistado, debe ser paciente, respetar los silencios y tener la

habilidad de coger los puntos críticos de la conversación y aprovecharlos en su máximo beneficio, para obtener la información realmente relevante para el proyecto o investigación.

Cuándo utilizar la entrevista en profundidad

Como hemos dicho este tipo de entrevista tiene múltiples usos, sin embargo se recomienda utilizarla sobre todo cuando se dan estas situaciones:

- El objetivo de la investigación es claro y definido y se tienen hipótesis sobre el problema a tratar.
- Limitaciones de tiempo, ya que a pesar de requerir tiempo es más asequible que otras técnicas como la observación participante.
- La investigación depende de varios escenarios y/o personas. La entrevista en profundidad como técnica cualitativa que es no se basa en cantidad sino en calidad.
- Se quiere conocer en profundidad una experiencia personal.

Cómo hacer una entrevista en profundidad

El primer paso es crear el “guión” de la entrevista. Este guión se divide en temas y cada tema en preguntas formuladas. Se trata de hacer una jerarquía:

- 1) Tema central de la investigación
- 2) Objetivos o apartados de esa investigación (temas)
- 3) Preguntas concretas sobre esos temas

Como decíamos las preguntas deben tratar de parecerse a una conversación normal entre dos personas, que conforme se va hablando sobre un tema se profundiza cada vez más, donde el investigador se interesa por conocer todos los aspectos, los porqués, el cómo hacer mejor las cosas, etc. En eso consiste una entrevista en profundidad, en tener un guión con unos temas (que siempre hacen referencia al objetivo general y a los objetivos específicos) que se dividen en preguntas formuladas tal y como saldrían en una conversación normal y, a poder ser, en el mismo orden en que saldrían de forma natural.



Por esto último es importante el paso previo a la realización de la entrevista. Durante la creación del guión tenemos que ser capaces de ponernos en el momento de la entrevista, intentando saber en qué orden aparecerán los temas y las preguntas, para que nuestro guión sea lo más natural posible, pero ojo: durante la entrevista debemos ser flexibles, si sale un tema antes de lo previsto seguiremos con él y cuando terminemos con ese tema seguiremos con el resto. Y si no salen todos los temas no pasa nada. Por cierto... importante grabar la entrevista!! Y para eso hay que pedirle permiso al entrevistado, por lo que el clima de confianza es fundamental.

Al igual que ocurre con el focus group el moderador debe ser totalmente neutral y debemos buscar un entorno adecuado donde hacer la entrevista, tratando de conseguir que el entrevistado se sienta cómodo. Además, la duración debe oscilar entre los 30 y 60 minutos, superar ese tiempo puede fatigar a nuestro entrevistado y en menos de 30 minutos es difícil que consigamos información profunda sobre un tema.

Ya he hecho la entrevista ¿y ahora qué?



Ya solo nos queda analizar toda esa montaña de información que hemos obtenido. El análisis es una parte muy importante y compleja, pero explicado de forma sencilla consiste en un proceso de lectura, reflexión, relectura y escritura por parte del investigador, con el que logrará una solución para el problema u objetivo. Normalmente se leen las entrevistas y se crean categorías (podríamos denominarlo temas) que nos servirán para encajar distintas frases de los entrevistados en un mismo tema. Estas categorías se irán relacionando unas con otras, generando una especie de jerarquía en muchos casos y su análisis nos permitirá dar con la solución al problema.

Fuente: <https://designthinking.gal/la-entrevista-en-profundidad/>