El informante como persona clave en la investigación cualitativa

The informant as a key person in qualitative research

Mariela Alejo
mariela.alejo@gmail.com

Belkis Osorio A.
belkys.osorio@ gmail.com

Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
Instituto Pedagógico de Caracas, Venezuela

RESUMEN

Los estudios cualitativos están dirigidos a profundizar en los fenómenos explorándolos directamente desde la perspectiva de quienes participan, convirtiéndose éstos en las personas claves para las investigaciones de este tipo. El informante es el centro de toda investigación porque por sus vivencias pueden ayudar al investigador en varias tareas como el abrir el acceso a otras personas y/o a nuevos escenarios, así como también, favorecer las relaciones en el contexto para poder estudiar la "realidad" social. En tal sentido, el siguiente artículo tiene como propósito mostrar al lector algunas de las concepciones y puntos de vista de autores sobre el significado e importancia de los informantes como fuente de información.

***Palabras Clave**: informantes, estudios cualitativos, fuente de información.*

ABSTRACT

The purpose of the following article is to show the reader some of the author's conceptions and points of view about the meaning and importance of the informants. Turning these into the key people for those studies where the approach is from the qualitative paradigm. The informant is the center of all research because, through his experiences, he can help the researcher in various tasks, such as opening up access to other people and new scenarios, as well as fostering relationships in context to study social "reality".

***Key words**: Informants, qualitative paradigm, sources of information.*

INTRODUCCIÓN

Cuando se realiza una investigación desde el paradigma cualitativo, el investigador está orientado no solo adquirir información, sino a aprender de experiencias y puntos de vista de otros individuos, valorar procesos y generar teorías desde la perspectiva de los informantes. El autor del estudio debe buscar entender el fenómeno desde todas sus perspectivas. Para lograr esto, se valdrá de sus recursos académicos y personales para incursionar en el mundo de cada informante que se convertirá en clave para su investigación.

En tal sentido, a lo largo de todo el proceso se busca establecer una relación de confianza con los informantes, lo que algunos autores denominan “rapport”, es buscar una relación de cordialidad que permita que la persona se abra y manifieste sus sentimientos internos al investigador fuera de lo que es la fachada, el exterior.

El informante al comienzo del estudio puede ayudar al indagador a tener una idea clara de los temas pertinentes. Luego, el investigador puede desarrollar preguntas para discutirlas en grupo o individual, identificar temas, captar algunas observaciones, y así sucesivamente. Según Taylor y Bogdan (1986), dependiendo de la posición epistemológica y teórica del investigador, se habla de informante clave y de portero. Se puede decir, que el informante es una persona capaz de aportar información sobre el elemento de estudio y el portero, además de ser un informante clave, es una persona que sitúa en el campo y ayuda en el proceso de selección de participantes en el caso de realizar entrevistas o grupos focales.

Ambos conceptos también provienen de la etnografía, siendo el portero la persona que facilitaba la entrada y el informante clave la persona que completaba la generación de información de la observación participante mediante entrevistas informales o en profundidad. Por lo tanto los porteros y los informantes claves son personas que permiten a los investigadores cualitativos acercarse y comprender en profundidad la “realidad” social a estudiar.

Fase de recogida de datos en la investigación cualitativa

Tomando como base que la investigación cualitativa se orienta hacia el proceso y debe desarrollar una descripción del fenómeno lo más cercana a la realidad que se investiga, se necesita conocer a profundidad el contexto o escenario donde se trabajará y, por ende, los informantes que proporcionarán el levantamiento de la información. Nos referimos a la recogida de la data, los cuales se seleccionan para cualquier investigación que estemos haciendo como estudios etnográficos, historias de vida/biografías, estudios de caso, entre otros.

En tal sentido, la investigación cualitativa hace uso de diferentes técnicas que sirven para obtener los datos. Dependiendo de la recogida de datos y análisis de la información variarán los resultados y conclusiones. Entre las técnicas de recogida de datos esta la observación participante, los grupos focales y las entrevistas, entre otras. En todas participan los informantes. Dentro del campo de la investigación cualitativa la entrevista en profundidad es una técnica recomendada debido a la facilidad para su aplicación.

La técnica de la entrevista, es definida por Rodríguez, Gil y García (1999) como «una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados), para obtener datos sobre un problema determinado» (p. 197). Los referidos autores, consideran que la entrevista a profundidad permite al investigador «profundizar hasta hallar explicaciones convincentes. Puede incluso, que en ocasiones sólo desee conocer cómo otros, los participantes, ven el problema» (p. 197). Sin duda, los principales protagonistas al utilizar esta técnica son los informantes claves, suministrándole al investigador detalles de su mundo, su lenguaje, emociones y valores que enriquecerán los resultados de la investigación.

Una vez seleccionado el contexto de estudio, todos pudieran ser informantes, pero aquellos más respetados, conocedores del tema a profundidad, dispuestos y quienes han fomentado mejores lazos y relaciones personales con el investigador,

se convertirán en informantes claves, llamados también actores sociales o participantes. «Estos apadrinan al investigador en el escenario y son sus fuentes principales de información ya que proporcionan una comprensión profunda del escenario» (Balcázar, González, Gurrola y Moysén, 2013; p. 41)

La selección de informantes

Antes de hacer referencia a la selección de los informantes, es importante aclarar el porqué de los informantes en una investigación cualitativa. En tal sentido, en palabras de Sánchez (2012),

> Las personas a medida que pasan a través de realidades diferentes, están constantemente interpretando y definiendo. Diferentes personas dicen y hacen cosas distintas porque cada persona ha tenido diferentes experiencias y ha aprendido diferentes significados sociales, así como se hallan en situaciones diferentes. (p.14)

Así, los informantes son el eje principal de una investigación cualitativa y deben ser seleccionados cuidadosamente. Su selección involucra decisiones muestrales tomadas, en el momento en que se proyecta el estudio y se complementan durante el trabajo de campo. Existen diferentes estrategias de captación de porteros e informantes, así como diferentes formas de acceder y seleccionar a participantes, todas son válidas lo único que debe hacer el investigador es reportar, describir el proceso de selección de estos informantes con la intensión que el lector pueda comprender e interpretar los resultados de la indagación.

En toda investigación de corte cualitativo, por ser considerado un diseño flexible, no se debería conocer a priori ni el número ni el tipo de informantes, más bien es fruto del propio proceso que se genera con el acceso al campo del investigador. Se debe estar dispuesto a cambiar de curso después de las entrevistas iniciales. Lo importante es el potencial de cada "caso" para ayudar al investigador en el desarrollo de comprensiones teóricas sobre el área estudiada de la vida social (Glaser y Strauss, 1967).

Se debe diversificar deliberadamente el tipo de personas entrevistadas hasta descubrir toda la gama de perspectivas de las personas en las cuales se está interesado. Uno percibe que ha llegado a ese punto cuando las entrevistas con personas adicionales no producen ninguna comprensión auténticamente nueva. La selección de los informantes se da cuando el investigador conoce a algunos y logra que ellos mismos presenten a otros. O también averiguando con los amigos, parientes y contactos personales; con la comunidad que se quiere estudiar; ir a las organizaciones y organismos.

Existe variedad de técnicas y estrategias como son: la revisión de documentos para ubicar cualquier dato que se necesite, como por ejemplo registros de nacimientos, centros de educativos, centros vecinales, iglesias y clubes sociales. La entrega de volantes en los comercios locales y (en algunos vecindarios). Todo investigador debe tomar en cuenta lo expuesto por Spradley (citado por Taylor y Bogdan, 1986) sobre los buenos informantes, lo cual está relacionado con la "enculturación completa", es decir, que conozcan muy bien su cultura, subcultura, grupo u organización.

Estrategias de elección de los informantes

La investigación con enfoque cualitativo se centra en la recopilación de información principalmente verbal en ambiente o contexto seleccionado. Luego, la información obtenida es analizada de una manera interpretativa, subjetiva, impresionista o incluso diagnóstica. Este enfoque propone estrategias de selección de informantes que suponen ser deliberada e intencional. Es una de carácter dinámico, con la excepción de algunos estudios de caso único. Es decir, el proceso de selección de informantes no se interrumpe sino que continúa a lo largo de toda la investigación, valiéndose de estrategias diferentes según el tipo de información que se necesita en cada momento.

Como consecuencia, este tipo de selección de informantes también puede definirse como básico, dado que su desarrollo tiene lugar en más de una etapa o momento de la investigación. Y, por ende, se trata de un proceso secuencial. Los investigadores cualitativos suelen evitar las muestras probabilísticas, puesto que lo que buscamos son buenos informantes, es decir, personas informadas, lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador.

Autores como Morse (1991) y Bernard (2006), describen diferentes estrategias de elección de los informantes como son:

a. Muestreo por conveniencia: Este muestreo se utiliza cuando se elige una población y no se sabe cuántos sujetos pueden tener el fenómeno de interés, aquí se recurre a los sujetos que se encuentren, también se utiliza en fenómenos muy frecuentes pero no visibles. Este tipo de muestreo tiene como características: a) establecer diferentes etapas de selección de muestra. b) identificar sujetos que cuenten con el fenómeno en general. Se utiliza en investigaciones cuyos métodos son: fenomenología, etnografía y etnometodología.

b. Muestreo por bola de nieve o de avalancha: Consiste en elegir a uno o varios informantes y solicitarles que, a su vez, recomienden a otras personas a participar. También se le conoce como nominado, bola de nieve o muestreo en cadena. Se recomienda emplearlos en investigaciones donde los métodos sean: etnografía o etnometodología.

c. Muestreo teórico o muestreo intencional: Es el proceso de muestreo intencionado que consiste en la recolección de datos para generar una teoría. El investigador «que trata de descubrir teoría no puede establecer al comienzo de su investigación cuántos grupos integrarán su muestra durante su completo estudio; puede contar los grupos solamente al final. Es decir, no se trata de un muestreo apriorístico como los estadísticos» (Glaser y Strauss, 1967; p. 44). Inicia con un muestreo por conveniencia y de avalancha, y avanza hacia una

estrategia de muestreo deliberado, basándose en las necesidades de observación. Se utiliza en investigaciones cuando se emplea la teoría fundamentada como método.

d. Muestreo Opinático: Consiste en identificar dentro del contexto grupos y personas que se reconocen como detentores de información, como sujetos centrales dentro de la estructura social.

e. Muestreo Estratégico: Incluye a los protagonistas o testigos de excepción, que disponen de mucha información con riqueza de contenido.

f. Muestreo de Embudo: Consiste en una aproximación progresiva a los "focos" de interés. Se inicia con muchos informantes y se reduce al final conservando sólo aquellos que mantienen una relación con el tema de interés.

g. Muestreo Accidental: Cuando se encuentran de manera espontánea contextos e informantes de mucha importancia para la investigación.

h. Muestreo de casos extremos o inusuales. El escoger casos con cualidades especiales o diferentes a las del grupo en general, en algunas circunstancias puede ser de gran utilidad para conocer a fondo ciertos temas.

i. Muestreo propositivo. Este tipo de muestreo permite elegir los informantes en función del tipo. El proceso de en este muestreo es: a) selección de los informantes según el conocimiento del tema, b) identificar quienes tienen un conocimiento particular del tema. En una segunda y tercera fase buscan las características atípicas de los informantes. La etnografía, etnometodología, fenomenología, estudios piloto son los diseños metodológicos ideales para utilizar este tipo de muestreo.

j. Muestreo de casos y controles. Es una variante, un subtipo del muestreo propositivo y del muestreo de cuotas con o sin el rasgo de características. Se utiliza en grupos poblacionales con o sin características específicas. Por

ejemplo: Estudio de migrantes y no migrantes. Con o sin la enfermedad. Tiene que ser el mismo número en los 2 casos.

k. Muestreo de voluntarios. Este tipo de muestreo se utiliza cuando nos enfrentamos a sujetos que creen tener el conocimiento del tema o la experiencia. Para lograr vincular los participantes se realizan estrategias de invitación como por ejemplo: anuncios publicitarios en lugares públicos. Tiene cómo ventajas una lista potencial para seguir, es una muestra autoseleccionada por lo cual no sabe cuántos participantes puedan llegar.

l. Total de la población. Se toma a toda la población social. Por ejemplo una familia, un staff en un espacio pequeño (familia, trabajadores, pacientes, estudiantes). No tiene que ser numeroso el número de participantes, el investigador elige el tipo de informantes con las características de interés. Se utiliza en etnometodología, etnografía, estudio de caso y en investigación evaluación.

m. Muestreo por cuota. Se define por características, parámetros biológicos o socio demográficos. Se utiliza este muestreo por las características que pueden tener los sujetos, por ejemplo: género, estado civil, migración. Todos los subgrupos deben tener informantes y después definir el número de sujetos. Se hace necesario definir el número de informantes en cada subgrupo. Este muestreo se utiliza mucho en los estudios de dominios culturales o narrativas.

Por ejemplo de enfermos, sujetos con ciertas características, enfermedades crónicas, infecciosas, grupos sociales etc. Cuota implica separar del resto de informantes, esto permite hacer selecciones de tipo secundaria o terciaria. También es posible hacer un muestreo por cuota con una sola característica. Se identifica cómo ventajas en este muestreo el hacer comparaciones entre grupos y desventajas que no se utiliza en grupos de difícil acceso. Hay autores que no recomiendan su uso por preocuparse por el número de informantes y no por generar teoría.

¿Cuántos son suficientes?

Una de las preguntas más comunes sobre todo en investigadores noveles es sobre el número de informantes a entrevistar. En este orden, es importante recordar que las investigaciones cualitativas son flexibles, abiertas y se adaptan a cualquier escenario. Al iniciar la investigación, el autor tendrá una idea de cuantos informantes podría entrevistar, pero «a medida que el investigador va construyendo y comprendiendo el fenómeno de estudio, desde la perspectiva de los implicados va teniendo un mayor grado de conocimiento para interpretarlo» (Rodríguez, Gil y García, 1999; p. 183), lo que le podría llevar al escenario a entrevistar de nuevo a uno u otro informante en más de una oportunidad, incorporar nuevos informantes o suspender las entrevistas por saturación de la información.

Crouch y McKenzie (2006) exponen que «un pequeño número de casos (menos de 20, por ejemplo) facilitará la estrecha relación del investigador con los entrevistados, y mejora la validez de grano fino, la investigación en profundidad en ambientes naturales» (p. 483). En esta modalidad de aproximación puede trabajarse con números relativamente pequeños de unidades de observación, incluso en ocasiones con un único caso (aunque también puede involucrar a un número elevado de participantes: los integrantes de cierta etnia, los pobladores de determinada localidad, los trabajadores de la salud de una institución). Sin embargo Pineda, De Alvarado y De Canales (en López, 2004; p. 74) expresan que lo que se quiere es captar información rica, abundante y de profundidad de cada caso seleccionado. Es por esto que mucho del éxito de este tipo de investigación dependerá de la capacidad del investigador para observar y para analizar e interpretar información.

Por su parte, Patton (2002) exterioriza que la elección no parte de un número determinado de antemano, en este campo no hay reglas para decidir el tamaño de la muestra y, si hubiera que enunciar alguna, está sería: “todo depende”. Depende

del propósito del estudio, de lo que resulta útil para lograrlo, de lo que está en juego, de lo que lo hace verosímil, y en última instancia, incluso de lo que es posible. Así, para poder juzgar si una muestra es adecuada hay que conocer el contexto del estudio.

Las relaciones con los informantes

La relación entre entrevistador e informante es en gran medida unilateral. A través de ella, el entrevistador tiene la oportunidad de realizar un estudio y los informantes probablemente obtienen algo, la satisfacción de que alguien piense que sus vidas y modos de ver tienen importancia. En ese sentido, la tarea consiste en relacionarse con los informantes como personas y no como si fueran meras fuentes de datos. Para ello Taylor y Bogdan (1986) da "algunas orientaciones" para conseguirla:

1. Que el investigador se acomode a las rutinas y modos de hacer las cosas de los informantes.
2. Establecer lo que se tiene en común con la gente de tal forma que el intercambio de esa información permita un mayor acercamiento y rompa el hielo que se produce al inicio de toda relación.
3. Ser humildes, si el observador muestra un conocimiento excesivo hace que sea visto como potencialmente peligrosos.
4. Interesarse por lo que la gente nos comunica.
5. Ser cuidadoso en no revelar ciertas cosas que los informantes han dicho aunque no haya sido en privado.
6. Es prudente que los entrevistadores no exterioricen en absoluto sus sentimientos.
7. Es obvio que el entrevistador no deberá manifestar su opinión sobre cada tema que surja, en especial durante las entrevistas iniciales.

8. Se debe tratar de ser sensible a los sentimientos y puntos débiles del informante.
9. Cuando algo está mal, se debe ventilar la atmósfera expresando las preocupaciones.

A manera de conclusión

La figura de los informantes representa un alto valor para las investigaciones cualitativas, porque conocen los hechos y tienen la experiencia. Ellos pueden rebatir, confirmar, ampliar, mostrar un mundo nuevo, un contexto diferente a la vista del investigador, porque están involucrados en el hecho. De su acertada selección va a depender que los datos recogidos sean lo suficientemente completos para poder hacer los análisis y obtener resultados que dibujen verdaderamente la realidad estudiada dándole así credibilidad al estudio. El investigador debe mostrar habilidades en el uso de las técnicas para recolectar la información ya que, si se selecciona un buen informante, pero el entrevistador no posee las herramientas para entrevistarlo, se perderá ese recurso y por ende se afectarán los resultados. En tal sentido, aspectos como la claridad en los objetivos propuestos, la ubicación certera del contexto o escenario de estudio y el rapport que el entrevistador logre con los informantes serán claves para el buen desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS

Balcázar, P., González, N., Gurrola, G. y Moysén, A. (2013). *Investigación Cualitativa*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Bernard, R. (2006). *Nomprobability sampling and choosing. In Bernard R. (editors). Research methods in anthropology. Qualitative and quantitative approaches.* California: Oxford. Altamira Press; p. 186-209.

Crouch, M, y McKenzie, H. (2006). The logic of small samples in interview-based qualitative research. *Social Science Information*. 45(4):483-499.

Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Hawthorne, N.Y.: Aldine.

López, P. (2004). Población Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, vol.09, n.08 pp. 69-74. [Artículo en línea] Disponible: scielo.org.bo /scielo. php? Script=sci_arttext&pid=S181502762004000100012&lng=es&nrm=iso>. [Consulta: 2014, octubre 16]

Morse, J. (1991). Qualitative nursing research. A contemporary dialogue. In Morse, J. (editors). Strategies for sampling. Salt Lake City, University of Utah, USA: *Sage Newbury Park*; p. 127- 145.

Patton, M. (2002) Qualitative research and evaluation methods. 3a. Ed. *Thousand Oaks: Sage Publications*.

Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa.* (2ª. ed.). Málaga: Ediciones Aljibe.

Sánchez, F. (2012).. *Métodos de investigación cualitativa*. ©Francisco Javier Sánchez Sánchez-Cañete. *SafeCreative* Registro de propiedad intelectual. Código: 1209012214910. 01 de sept.

Taylor, S. y Bogdan, R. (1986). *Introducción: ir hacia la gente, en Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. [Documento en línea] Disponible: http://ulloavision.org/archivos /antologias/meto2 [Consulta: 2014, Junio 01]