

An illustration featuring a large computer monitor as the central element. The monitor's screen displays text and a logo. The background is a light blue sky with stylized white clouds. Various abstract shapes in shades of blue, teal, and yellow, resembling leaves or hills, are scattered around the monitor. Four stylized human figures are positioned around the monitor: one woman with dark hair sits on the top edge; a woman with teal hair stands on the left side with her hand on her hip; a man with a beard and a white hat stands on the right side holding a white cup; and a man with dark hair is partially visible at the bottom center. The overall style is flat and modern.

ENTREVISTA POR MEDIOS DIGITALES

REALIZADA POR LIZETH
RONCANCIO

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM

¿Qué es entrevista?

Es una forma de **comunicación interpersonal**, cuya finalidad es obtener información acerca de algo o alguien, existiendo un **intercambio de lenguaje verbal y no verbal**. Como técnica de recogida de datos está influenciada por las características personales del entrevistador.

(Vargas, 2012)



Entrevista por medios digitales



La relevancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en todos los ámbitos de la vida es cada día más evidente. Por ende, es frecuente el uso de **entrevistas online** a través de tecnologías de telecomunicación vía Internet (utilizando aplicaciones como: **Zoom, Teams, Skype, Whatsapp, etc.**). Esta metodología puede ser beneficiosa **cuando existen restricciones financieras y de tiempo**; o por dispersión geográfica y límites de la movilidad física de poblaciones investigadas.

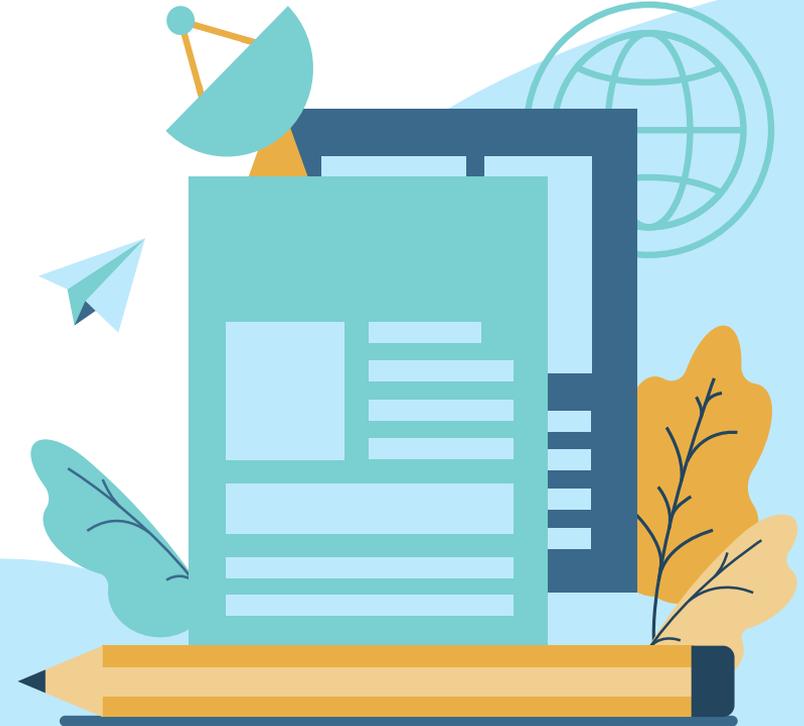
(Lemos, 2018)

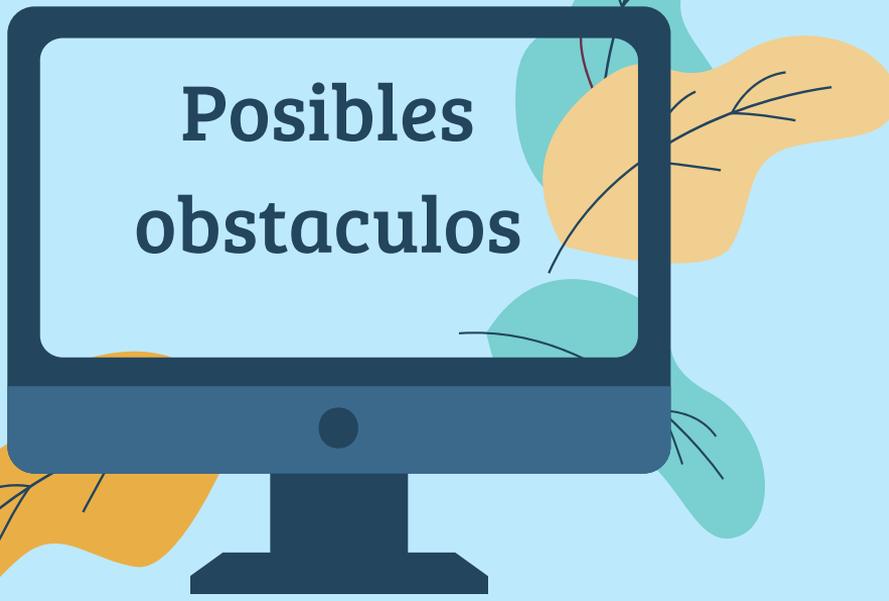
Dos tipos de entrevista

Los **grupos focales** y **entrevistas personales**, se pueden realizar por **plataformas sincrónicas (en tiempo real)** y **asincrónicas (no en tiempo real)**.

Los **correos electrónicos** y **grupos de discusión**, son los métodos más comúnmente utilizados para las entrevista online **asincrónicas**. En cambio, los enfoques **sincrónicos** se centran en salas de chat textuales, mensajes instantáneos y videoconferencias.

(Lemos, 2018)





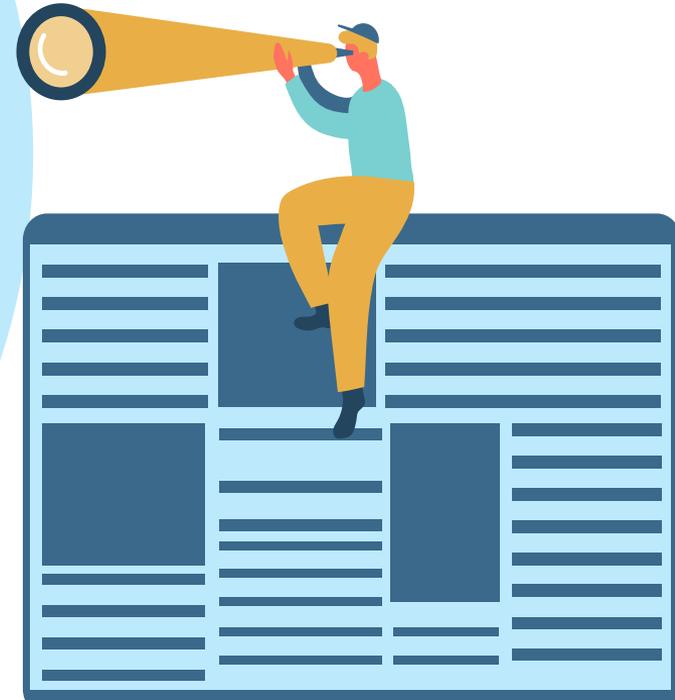
Posibles obstaculos

- **Algunas personas son reacias a adoptar la tecnología**, por lo que es importante conocer al entrevistado, y realizar el encuentro lo más ameno posible.
- **Parece ser complejo ofrecer un alto nivel de relación** por medio de correo electrónico, teléfono o vía métodos en línea, sin embargo, a veces las personas **se puede desenvolver mejor online que personalmente**. Un tip, es enviar correos electrónicos varias veces antes del encuentro en línea, para fortalecer la relación.
- Al usar la cámara web y el micrófono, **el foco en la cabeza del entrevistado** creará obstáculos en la observación del resto del lenguaje corporal.
- El contacto visual puede ser una herramienta para establecer la confianza, **lo que no ocurre por medios digitales**.

Algunos beneficios

- **Se pueden analizar las señales paralingüísticas**, como el gesto, la expresión facial y el tono de voz; ya que pueden transmitir emoción, y proporcionar al oyente pistas para interpretar el significado de un enunciado.
- Las secuencias de video tanto del entrevistador como del participante, **pueden grabarse muy fácilmente**. De esta manera, el lenguaje corporal y las interacciones también se pueden analizar durante el análisis.
- **Se puede analizar el contexto**, y la elección de la ubicación que pueden proporcionar significados útiles.
- **Capacidad para intercambiar archivos**, por ejemplo: fotos en tiempo real. Además de escribir a través del servicio de mensajería que es conectado a la misma interfaz.

(Lemos, 2018)



¿Qué se necesita para realizar una entrevista?

Condiciones previas

Seleccionar previamente **al informante y tener su aceptación para participar**. Además, haber seleccionado el tipo de entrevista que ayudará a dirigirla a buen fin.

Lugar y momento

Cada espacio de entrevistador y entrevistado debe ser un **lugar concertado, tranquilo, y neutro**. Tanto el investigador como el informante no deben tener prisa al momento de la entrevista.

Material necesario

Buena conexión a Internet.

Aplicación instalada: Zoom, Teams, etc.

Toma de apuntes.

Guión de entrevista.

Consentimiento informado.

Al momento de la entrevista

Se suele iniciar con la firma de un **consentimiento informado**.

Las primeras preguntas que se realizan en una entrevista, casi siempre, son de **corte sociodemográfica, tipo encuesta, y por ello, son preguntas cerradas.**



Se desarrolla **el cuerpo de la entrevista**, que son el conjunto de preguntas que busca dar respuesta a la pregunta de investigación.

La entrevista se finaliza con el **agradecimiento del investigador.**

Una vez terminada la entrevista, hay que comenzar **a trabajar sobre ella, al igual que su transcripción.**

(Vargas, 2012)

¿Consentimiento informado?



Se fundamenta en el **principio de autonomía** y en la libertad de una persona mentalmente competente para **aceptar o rechazar cualquier forma de participación, intervención o procedimiento de investigación**. Además, se constituye como un **acuerdo de voluntades entre el investigador y el participante**, que deberá regirse bajo las dimensiones de confianza, sinceridad, claridad, respeto, ausencia de manipulación, engaño o coerción.

(Carreño, 2016)

Clasificación por su estructura y diseño

Entrevistas estructuradas

- El investigador lleva a cabo una **planificación previa de todas las preguntas que quiere formular**. Prepara un guión con las preguntas de forma secuenciada y dirigida.
- El entrevistado **no podrá realizar ningún tipo de comentarios, ni realizar apreciaciones**. Las preguntas serán de tipo cerrado y sólo se podrá afirmar, negar o responder una respuesta concreta y exacta sobre lo que se le pregunta.
- Este tipo de entrevistas **no son las más usadas en investigación cualitativa**.

(Vargas, 2012)



Entrevistas semiestructuradas

- El investigador antes de la entrevista **prepara un guión temático** sobre lo que se quiere hablar con el informante.
- Las preguntas que se **realizan son abiertas**. El **informante puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial**, cuando surgen temas que se necesitan explorar.
- El investigador debe mantener la atención suficiente como para introducir en las respuestas del informante, **los temas que son de interés para el estudio**. La **conversación debe ser de una forma natural**.
- Durante el transcurso de la misma, el investigador **puede construir nuevas preguntas enlazando temas y respuestas**.

(Vargas, 2012)



Entrevistas no estructuradas o abiertas

- Las preguntas pueden ser de carácter abierto y el entrevistado tiene que construir la respuesta.
- Se recomienda formular preguntas abiertas, enunciarlas con claridad, únicas, simples y que impliquen una idea principal que refleje el tema central de la investigación
- Requiere de muchos encuentros con los informantes, el avance es muy lento.
- El entrevistador trata de aprender lo que es importante para los informantes, antes de enfocar los intereses de la investigación.
- La historia de vida o la autobiografía sociológica, suelen utilizar este tipo de entrevista.

(Vargas, 2012)



Entrevistador y entrevistado:



01

La relación está enfocada en el **respeto**, por parte del entrevistado y el entrevistador.

02

Ambas partes trabajan con el fin de alcanzar **unas metas que fueron establecidas mutuamente**.

03

Se requiere de una **distancia emocional** para alcanzar dichos objetivos.

04

El entrevistador debe **ser amable, apacible, cordial, cálido y dispuesto con los informantes**, sin dejar a un lado los límites que se debe preestablecer.

Factores importantes que se ven implicados dentro de la entrevista:

Diferencias

El entrevistador debe mantenerse **atento en cuanto a sus prejuicios, formas de actuar, y estereotipos** sociales.

Lenguajes

Las dificultades a nivel verbal y comprensión lingüística, **pueden verse afectadas por el nivel educativo y cultural del informante**. Por lo tanto, se deben evitar los términos técnicos, e intentar que los participantes se sientan cómodos.

Valores y creencias

Es muy importante que el entrevistador sea atento con **sus actitudes y valores personales** que puedan afectar la interacción el entrevistado.

Dimensiones

Calidez

Aceptación y mantenimiento de sentimientos **positivos hacia el informante, independientemente de las actitudes, sentimientos y/o acciones** que manifieste a lo largo de la entrevista.

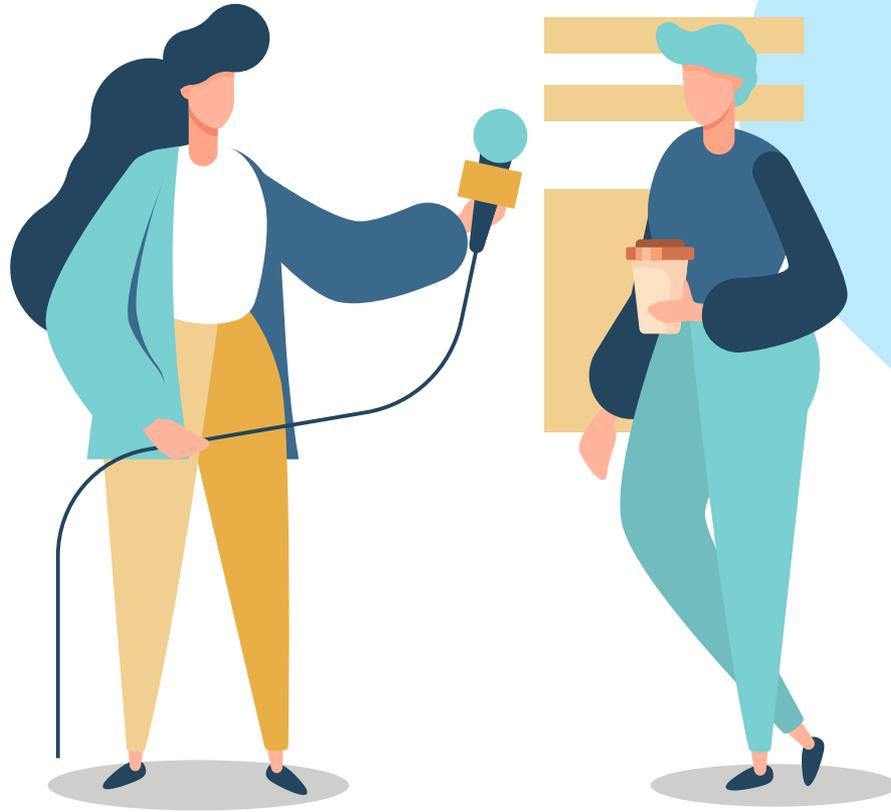


Contacto visual

El contacto visual, la orientación, la postura corporal, las expresiones y los gestos faciales, son importantes para la congruencia que debe existir entre el comportamiento verbal y el no verbal.

Autenticidad

Es la manifestación del entrevistador tal como es, siendo **completamente sincero en su forma de ser y de proceder.**



La empatía y el rapport, se han calificado como los dos requisitos indispensables para cualquier interacción entre un investigador y entrevistado.

Empatía

Es la capacidad de **comprender los sentimientos y emociones** de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar.

Validación

El **entrevistador no intenta cambiar o corregir** la percepción del informante sobre un problema o situación, sino permite que se sienta escuchado.

(López, 2014)



Rapport

Establecer y mantener un buen rapport, significa **crear una interacción abierta, de confianza, y seguridad con el informante**. Se puede definir como una relación agradable y de compromiso mutuo, con un alto nivel de afecto positivo, atención mutua, relación armoniosa, comunicación tranquila, alto grado de sincronía y simetría en la interacción.

(Arguelles, s.f.)



Consideraciones éticas

La ética es fundamental para las técnicas de recopilación de datos en cada investigación, los factores a tener en cuenta son:



Confidencialidad



**Propiedad
intelectual**



**Consentimiento
informado**



**Derecho a
retirarse**



**Ganancia
financiera**



**Exactitud de la
representación**

Sin embargo, con una entrevista en línea, hay algunas consideraciones éticas adicionales a tener en cuenta: **Los problemas creados por el hecho de que la interacción está mediada por el uso de tecnología.**

Datos electrónicos y vigilancia

Es importante, desde un punto de vista ético, recordar a los participantes que sus debates en **línea pueden ser accedidos y almacenados por agencias gubernamentales o corporaciones.**

Verificación de identidad

Se puede solicitar a la persona tenga la identificación a la vista de la cámara, sin embargo, otro método es intentar **hacer una referencia cruzada de las identidades de los participantes mediante consultas a otras redes sociales.**

Entorno de entrevista y grabación de video

Asesorar a los participantes **sobre la selección de lugares apropiados que van a ser entrevistados, con referencia a cuestiones de privacidad.** Los participantes pueden ser informados cuando la grabación había comenzado, se había pausado o detenido.



Referencias

Arguelles, M. M. (s.f). *TÉCNICAS DE ENTREVISTA Y OBSERVACIÓN*.

Carreño Dueñas, J. A. (2016). *Consentimiento informado en investigación clínica: un proceso dinámico*. *Persona y Bioética*, 20(2), 232–243.

Lemos, S. & Navarro, A. (2018). *“El uso de entrevistas en entornos virtuales”*. Documento de Cátedra: 104. Argentina. Universidad Buenos Aires.

López, M. B., Arán Filippetti, V., & Richaud, M. C. (2014). *Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados*.

Vargas Jiménez, I. (2012). *La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos*. *the interview in the qualitative research: trends and challengers*. *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior*, 3(1), 119–139.

CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik.

Please keep this slide for attribution.

CITA DE LA GUÍA

Villamizar, C. (2020). Entrevistas por medios digitales.
UNICISO. Disponible en: www.portaluniciso.com

UNICISO
WWW.PORTALUNICISO.COM



© - **Derechos Reservados UNICISO**

CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik.

Please keep this slide for attribution.

