

Entrevistas en profundidad a docentes sobre el uso de contenido
audiovisual infantil en las aulas

*Teachers In-depth Interviews on the use of Children's Audiovisual
Content in Class*

Miriam Martínez Roca. Universidad Complutense de Madrid (España)

Graduada en comunicación audiovisual por la Universidad Nebrija y San Diego State University. Con un máster en comunicación audiovisual digital en la Universidad Complutense de Madrid, actualmente trabaja en una tesis doctoral sobre contenido infantil utilizado como herramienta educativa. Es coordinadora de producción en televisión en una empresa internacional.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6147-5718>

Artículo recibido: 29/10/2021 – Aceptado: 2/12/2021

Resumen:

El presente estudio analiza las distintas aplicaciones de la entrevista en profundidad, también denominada entrevista cualitativa, como técnica principal de investigación en temas relacionados con el área de la comunicación. En concreto, se analiza el uso de la entrevista en profundidad para la creación de contenido audiovisual educativo orientado a ser visionado en las escuelas. Para ello, se aplica una metodología de carácter cualitativo con el objetivo de llevar a cabo ocho entrevistas en profundidad a profesores de tres ciudades de España (Barcelona, Madrid y Córdoba), de educación infantil, primaria y secundaria y pertenecientes a distintos tipos de escuelas (privada, concertada y pública).

Palabras clave:

Investigación cualitativa; Entrevista en profundidad; Entrevistas cualitativas; Ciencias sociales; Comunicación audiovisual

Abstract:

This study analyzes the different applications of the in-depth interview, also called qualitative interview, as the main research technique in topics related to the area of communication. Specifically, it analyzes the use of the in-depth interview for the creation of educational audiovisual content oriented to be viewed in schools. For this purpose, a qualitative methodology is applied with the aim of carrying out eight in-depth interviews with teachers in three Spanish cities (Barcelona, Madrid and Cordoba), in kindergarten, primary and secondary education and belonging to different types of schools (private, public and public).

Keywords:

Qualitative research; In-depth interviews; Qualitative interviews; Social Sciences; Audiovisual communication

1. Introducción

Esta investigación se plantea desde un marco interdisciplinar que reúne las Ciencias de la Comunicación y la Educación en torno a un objetivo principal: conocer en profundidad las experiencias, necesidades y preocupaciones concretas de representantes de la comunidad educativa española de nuestro presente más inmediato para formular propuestas que puedan resultar útiles, tanto para alumnos como para docentes. Se considera fundamental poder llevar a cabo un seguimiento actualizado de las peticiones de los profesores. Por este motivo, en el presente estudio se tienen en cuenta los cambios provocados por la pandemia mundial vivida a inicios del año 2020, dando lugar a nuevos hábitos de visionado audiovisual en la audiencia infantil.

De esta forma, se pretende recoger las ideas aportadas por los entrevistados, con la intención de crear un nuevo modelo o formato de contenido audiovisual específico orientado a la formación de los menores en las escuelas, persiguiendo conocer las necesidades más inmediatas de los docentes, con la finalidad de poder crear contenido audiovisual de calidad que pueda ayudar a suplir estas carencias.

2. Metodología

2.1. La entrevista en profundidad en el ámbito de la comunicación audiovisual

Para estudiar esta temática desde la perspectiva de la comunicación audiovisual, se han elegido técnicas cualitativas porque, teniendo en cuenta la reflexión de Rapley (2014), se pretende recoger las experiencias cotidianas o profesionales de los participantes para así poder reconstruir y analizar cuestiones sociales que fomenten el desarrollo de distintos modelos, tipologías y teorías generalizables.

Con la intención de captar las reflexiones de cada profesional, en este caso, la técnica elegida es la entrevista en profundidad, ya que se considera la más pertinente para obtener este tipo de información. La entrevista en profundidad consiste en una serie de preguntas que filtran las respuestas de los participantes con la intención de recoger los datos más relevantes para los fines del estudio. Mediante este método, se pretende reconstruir y analizar distintas cuestiones sociales interesantes desde la mirada de los entrevistados.

Huamán (2007) resalta la importancia de emplear la entrevista en profundidad para estudiar aspectos relacionados con la psicología, la sociología y la educación. Robles (2011) también destaca la utilidad de la entrevista dentro del campo antropofísico. Como señala el autor, la citada herramienta es una de las técnicas más usadas en las investigaciones de carácter cualitativo. Se destaca el valor de la información obtenida en estos encuentros, porque permiten conocer la intimidad de los participantes, mientras se pretende comprender su individualidad. Tal y como define Díaz (2007), mediante esta herramienta se pretende realizar un acercamiento analítico de carácter psico-social o educativo que favorezca la creación de significaciones útiles.

Izcara y Andrade (2003) describen el proceso llevado a cabo en la investigación mediante entrevistas en profundidad:

A diferencia de la conversación cotidiana, la entrevista utilizada en el ámbito de las Ciencias Sociales, como instrumento de indagación en la realidad social, es un acto de interacción verbal asimétrico. El entrevistador controla el intercambio verbal, a través de la enunciación de preguntas; sin embargo, recae sobre el entrevistado la mayor parte del peso de la participación en dicho intercambio conversacional, siendo el sujeto-objeto de la entrevista. (p.9)

De esta forma, las preguntas de las entrevistas en profundidad se definen con anterioridad, para así poder tratar los temas que se consideran relevantes para el desarrollo de la investigación. Sin embargo, se pretende que las respuestas de los participantes sean totalmente abiertas para que puedan elaborar un discurso sobre los distintos aspectos que posteriormente se analizan. Por este motivo, en ocasiones, los entrevistados proporcionan información que, aunque sea de notable interés, no es relevante para el estudio. Por lo tanto, solamente se filtran los datos que aportan un valor extra a la investigación. Se ha optado por ordenar los datos de interés en tablas conceptuales con la intención de poder analizar la información de forma más visual.

Folgueiras (2016) describe el tipo de entrevista que se persigue en la presente investigación:

En la entrevista semiestructurada también se decide de antemano qué tipo de información se requiere y en base a ello – de igual forma- se establece un guion de preguntas. No obstante, las cuestiones se elaboran de forma abierta lo que permite recoger información más rica y con más matices que en la entrevista estructurada. En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada (p.3).

2.2. La muestra

Es importante destacar que la prioridad del estudio no consiste en contar con una muestra extensa, cubriendo un espectro muy amplio de docentes, sino que se pretende poder copar representaciones concretas de los perfiles que demanda la investigación. Por este motivo, la muestra la forman ocho profesionales expertos en educación que con sus perfiles abarcan todos los ciclos de la educación obligatoria en España y los distintos tipos de escuelas (privada, concertada y pública).

Debido a la situación de pandemia vivida en el momento de llevar a cabo las entrevistas y al confinamiento domiciliario establecido por los distintos territorios, no se han reflejado incidencias a la hora de concertar las distintas citas con los participantes. Se considera importante destacar que no se facilitan los nombres de los entrevistados para mantener su anonimato y no involucrar en sus opiniones a las escuelas en las que ejercen su profesión. No obstante, se detalla información relevante para el análisis,

como por ejemplo la franja de edad, el tipo de colegio y la ciudad en la que ejercen la docencia. También se refleja la fecha de la entrevista y la modalidad en la que se ha realizado, ya sea de forma online o presencial.

Autores como Olaz (2000), aconsejan que todas las entrevistas se graben para así poder recurrir a ellas siempre que sea necesario. Siguiendo las recomendaciones de los expertos, existe un protocolo inicial a la hora de llevar a cabo las entrevistas: en primer lugar, se pide permiso para la grabación y, en segundo lugar, se confirma que la identidad del participante será anónima.

2.3. El análisis de los datos

Tal y como recomienda Izcara (2009), se considera conveniente seguir los siguientes pasos a la hora de llevar a cabo un análisis cualitativo. En primer lugar, aconseja simplificar la información recogida, destacando los datos más relevantes para los objetivos del estudio. En segundo lugar, sugiere categorizar la información y, en tercer lugar, propone recoger las conclusiones en un informe. Para ello, el autor aconseja clasificar los datos con la misma temática para así poder manejar la información de forma simplificada. Además, siguiendo los consejos de los expertos, se transcriben todas las entrevistas realizadas a los docentes para así poder tenerlas escritas a la hora de analizar todos los datos recogidos.

Por un lado, Valles (2002) reflexiona en la misma línea, destacando la importancia de llevar a cabo un análisis exhaustivo de los datos, conceptualizando la información obtenida mediante distintos enfoques, perspectivas y posturas paradigmáticas. Por otro lado, autores como Robles (2011) aconsejan dejar constancia de los temas emergentes surgidos durante las entrevistas con el objetivo de generar clasificaciones y tipologías que faciliten el análisis.

2.4. Las ventajas e inconvenientes de la entrevista en profundidad

Al emplear estas técnicas, aparecen desventajas como, por ejemplo, la dificultad de extrapolar los resultados a otros contextos distintos. Se considera importante resaltar que existen desventajas que no tienen relación con el formato, pero sí con el canal. Por ejemplo, en este caso, al llevar a cabo las entrevistas de forma telemática, puede ser que se hayan perdido ciertos matices que de forma presencial hubieran podido aportar al estudio.

Del mismo modo, Carmona, Siavil y Ribot de Flores (2007) reflexionan sobre las ventajas e inconvenientes que presenta la entrevista en profundidad. Como principal desventaja se recoge el excesivo tiempo que se emplea llevando a cabo las entrevistas y transcribiéndolas. Los autores también aconsejan tener en cuenta la posible influencia que, sin pretenderlo, puede generar la presencia del investigador. Entre los puntos fuertes, destacan los beneficios que aporta la interacción directa, personalizada y con ciertos márgenes para la espontaneidad, dando lugar a una posible reflexión acerca de las motivaciones profundas de los participantes. Asimismo, subraya la eliminación de la presión de grupo, por lo que se proporcionan respuestas de forma libre, es decir, sin

estar condicionados por las opiniones de la muestra. Por este motivo, una de las oportunidades que presenta la citada herramienta es la riqueza de los datos aportados.

2.5. *El contexto de la investigación*

En el momento de llevar a cabo una investigación, cabe destacar la relevancia que supone el contexto en el que se desarrolla el estudio. En efecto, Ballestín y Fàbregues (2018) sugieren que, cuando se interprete y analice la información obtenida en las distintas entrevistas en profundidad, se consiga tomar distancia para así poder tener en cuenta el marco teórico del momento de la investigación.

Pérez (2002) recoge la importancia del conocimiento del contexto en el que se desarrolla el estudio:

Sabiendo que el habla de un sujeto depende de su subjetividad y de la intersubjetividad con la de otros, las cuales a su vez están condicionadas por el contexto cultural, social e histórico en el que se desarrolla, se tendrá claro por qué es imprescindible el conocimiento de aquellas disciplinas relacionadas con el conocimiento de la cultura, de la sociedad y de la historia para investigar con el lenguaje y el habla de los sujetos y con los discursos y representaciones a que dan lugar. (p.374)

Tal y como afirmaba Valles (2005), el avance de los nuevos medios tecnológicos ha favorecido el intercambio de ideas, resultados y críticas entre los teóricos e investigadores, aumentando la calidad de los estudios que se realizan. En este caso, gracias a las facilidades que nos aporta el avance tecnológico, se han podido llevar a cabo las entrevistas pese al confinamiento domiciliario vivido.

2.6. *La entrevista en profundidad dentro del área de la comunicación*

Como se ha comentado anteriormente, la entrevista en profundidad se usa frecuentemente para analizar cuestiones sociales o procesos comunicativos. Son muchos los teóricos que han usado esta técnica para su análisis cualitativo. A continuación, se exponen algunas aplicaciones de la citada técnica.

La investigación de Papic (2019) presenta similitudes con el estudio descrito, ya que se ha llevado a cabo una investigación centrada en las áreas de comunicación y educación, analizando los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. La autora ha realizado entrevistas en profundidad a dos directores de escuelas para conocer qué comunicación se desarrolla en los distintos centros educativos. Otro ejemplo de caso se encuentra en el estudio cualitativo que llevó a cabo Gómez (2008), con adolescentes de 10 a 15 años. Mediante entrevistas en profundidad y grupos focales, se obtuvo información sobre la comunicación entre padres y adolescentes, analizando su influencia en la sexualidad y el consumo de drogas.

En una línea similar a la descrita en esta investigación, pero aplicada al ámbito de la publicidad, se encuentra el estudio llevado a cabo por Benavides, Villagra, Alameda y

Fernández (2010) que, mediante entrevistas en profundidad a grandes anunciantes españoles, analizan la gestión de la actividad publicitaria, sus tendencias y sus nuevas perspectivas. Teniendo en cuenta los avances tecnológicos, los cambios en los medios de comunicación y la nueva organización de las empresas anunciantes, se identifican los problemas del sistema publicitario para mejorar y dar con nuevas formas de trabajo.

Aguilera, Baños y Ramírez (2015) analizan los contenidos de entretenimiento como herramienta de comunicación de *marketing*. Los autores pretenden realizar un estudio de la situación en España en el contexto del momento. Se ha realizado una investigación exploratoria utilizando como técnica metodológica la entrevista en profundidad aplicada a un grupo de expertos en creación y distribución de *branded entertainment*.

2.7. Usos de la metodología en otras temáticas del área de comunicación

Como se ha expuesto en el apartado anterior, las entrevistas en profundidad pueden ser una herramienta útil para conocer datos de interés relacionados con otras temáticas del área de comunicación. Por un lado, se podría obtener información relevante sobre aspectos de actualidad como la cultura digital, es decir, se podría estudiar el impacto de las tecnologías audiovisuales, especialmente de los contenidos digitales. Además, podría ser interesante conocer las tendencias artísticas y estéticas en comunicación audiovisual y publicidad del momento.

Por otro lado, se podría utilizar esta técnica para llevar a cabo un diagnóstico o evaluación sobre distintos aspectos como la marca, la responsabilidad social corporativa, el liderazgo o la reputación. De esta forma, se podrían estudiar los fundamentos epistemológicos y metodológicos para llevar a cabo un diagnóstico o evaluar la eficacia de una estrategia de comunicación concreta. Además, podría ser interesante analizar los posibles efectos que pueden provocar los medios de comunicación en la sociedad.

3. Discusión

La entrevista en profundidad es una de las técnicas más usadas en las investigaciones de carácter cualitativo (Izcara y Andrade, 2003), siendo una herramienta útil a la hora de estudiar distintos aspectos sociales (Carmona, Siavil y Ribot de Flores, 2007). En este trabajo, la entrevista en profundidad se ha revelado como una técnica válida y pertinente de indagación en cuestiones sociales, favoreciendo el acercamiento analítico de carácter psico-social o educativo, a la vez que da lugar a la creación de significaciones útiles para el desarrollo de la investigación. Se considera importante destacar el valor de los datos recogidos en los encuentros con los entrevistados, porque proporcionan conocimiento específico sobre la intimidad de los participantes, sus experiencias, necesidades y preocupaciones, facilitando el acceso a información relevante para cumplir con la finalidad de la investigación.

Con todo, el uso de la entrevista en profundidad presenta ventajas e inconvenientes. Por un lado, facilita la interacción social de forma directa, personalizada y espontánea, eliminando la presión de grupo. Por otro lado, se debe tener en cuenta la problemática que supone el excesivo tiempo que conlleva la realización y transcripción de las entrevistas. Puede ser que, en este análisis concreto, el hecho de haber llevado a cabo las

entrevistas de forma telemática haya propiciado la pérdida de ciertos matices que puedan aportar contenido extra al estudio.

En el citado análisis cualitativo, se considera conveniente grabar y transcribir todas las entrevistas para poder contar con ellas cuando sea necesario. En primer lugar, se aconseja simplificar la información recogida con la intención de categorizarla y recoger las conclusiones en un informe. De esta forma, se pretende conceptualizar la información a través de distintos enfoques, perspectivas y posturas paradigmáticas.

A la hora de llevar a cabo una investigación cualitativa, se pretende tener en cuenta el contexto en el que se desarrolla el estudio. Por lo tanto, en el proceso de análisis de la información obtenida, se trata de estar alerta ya que las respuestas pueden estar condicionadas por el contexto cultural, social e histórico del momento. Por este motivo, se pretende tener en cuenta en todo momento el marco teórico de la investigación.

4. Conclusiones

Siguiendo la estela de otros teóricos (Papic, 2019; Huamán, 2007; Díaz, 2007; Izcara y Andrade, 2003), se recomienda el uso de la entrevista en profundidad para investigar en campos de estudio como la psicología o la sociología. Pero además, se considera una herramienta especialmente útil a la hora de estudiar aspectos relacionados con la educación y la comunicación.

La investigación realizada pone en valor los datos recogidos en los encuentros con los entrevistados, porque proporcionan conocimiento específico y de actualidad, permitiendo al entrevistador profundizar en sus experiencias, sus necesidades y preocupaciones, y por lo tanto, facilitando el acceso a información relevante para cumplir con la finalidad de la investigación. En general, los entrevistados han ejemplificado situaciones cotidianas en las aulas que aportan un valor extra a la investigación. Mediante las entrevistas en profundidad, se han recogido distintas propuestas sobre contenido audiovisual que puede ser utilizado como herramienta de apoyo por los docentes. Por lo tanto, el estudio avala la utilidad de las entrevistas para conocer las necesidades o las propuestas que presenta un colectivo concreto.

La entrevista en profundidad favorece que puedan surgir nuevos temas, aunque no estuvieran contemplados en un inicio, siempre y cuando no se pierda el foco del tema principal. Este aspecto se considera importante a la hora de tratar aspectos relacionados con las ciencias sociales, en especial con aspectos educativos, ya que el abanico de propuestas e ideas de innovación docente es tan amplio, que ha surgido la necesidad de tener en cuenta un proceso de alfabetización audiovisual, pese a que no se había contemplado inicialmente.

En una posible ampliación del estudio sería interesante entrevistar a los participantes de forma presencial, para así poder analizar si se pierde cierto valor en la práctica telemática. Además, sería interesante comparar estos resultados en distintos contextos.

5. Referencias bibliográficas

- Aguilera, J., Baños, M., y Ramírez, J. (2015). Branded entertainment: los contenidos de entretenimiento como herramienta de comunicación de marketing. Un estudio de su situación actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 519-538.
- Ballestín, B., y Fàbregues, S. (2018). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación*. Editorial UOC.
- Benavides, J., Villagra, N., Alameda, D., y Fernández, E. (2019). Los anunciantes españoles y el nuevo contexto de comunicación: una aproximación cualitativa. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 159-175.
- Carmona, V, Siavil, C., y Ribot de Flores, S. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262.
- Díaz Barriga, Á. (2007). La entrevista a profundidad. *TRAMAS. Subjetividad Y Procesos Sociales*, (3), 161-178.
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Universitat de Barcelona.
- Gómez, E. (2008). Adolescencia y familia: revisión de la relación y la comunicación como factores de riesgo o protección. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 10(2), 105-122.
- Huaman, H. (2005). *Manual de técnicas de investigación Conceptos y aplicaciones*. Ipladees.
- Izcara, S. P. (2009). *La praxis de la investigación cualitativa : Guía para elaborar tesis*. Plaza y Valdés.
- Izcara, S. P., y Andrade K. L. (2003). *La entrevista en profundidad: teoría y práctica*. Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Olaz, Á. (2012). *La entrevista en profundidad: Justificación metodológica y guía de actuación práctica*. Septem Ediciones.
- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos De Investigación Educativa*, 10(1), 63-83.
- Pérez, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española De Salud Pública*, 76(5), 373-380.
- Rapley, T. (2014). *Los análisis de conversación, de discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49.

Valles, M. (2002). Entrevistas cualitativas. *Cuadernos metodológicos*, (32), 1-195.

Valles, M. (2005). El reto de la calidad en la investigación social cualitativa: de la retórica a los planteamientos de fondo y las propuestas técnicas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (110), 91-114.

Conflicto de intereses: la autora declara que no existen.

Traducción al inglés: aportada por la autora.

HOW TO CITE (APA 7ª)

Martínez Roca, M. (2021). Entrevistas en profundidad a docentes sobre el uso de contenido audiovisual infantil en las aulas. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 3(2), 143-151. <https://doi.org/10.35951/v3i2.129>