Reseña

Reseña de "Qualitative Literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research"

revistes.uab.cat/periferia

Diciembre 2023

Para citar esta reseña:

Ciordia, A.; Targarona Rifa, N. (2023). Reseña de "Qualitative Literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research". *Perifèria, revista de recerca i formació en antropologia*, *28*(2), 240-250, https://doi.org/10.5565/rev/periferia.929

Small, M. L., & Calarco, J. M. (2022). *Qualitative Literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research*. University of California Press.

230 páginas | ISBN: 9780520390669

ALEJANDRO CIORDIA[1]
0000-0001-6586-924X
Universitat Autònoma de Barcelona, España

NURIA TARGARONA RIFA[2]
0000-0003-0189-3640
Universitat Autònoma de Barcelona, España

Resumen

"Qualitative Literacy" ["Alfabetización cualitativa"] de Mario Luis Small y Jessica McCrory Calarco propone una novedosa y sugerente guía para la evaluación de la calidad de la investigación cualitativa basada en observaciones etnográficas y entrevistas en profundidad. Evitando la manida transposición de criterios de evaluación propios de otras metodologías, los autores proponen cinco indicadores de calidad de la investigación basada en trabajo de campo cualitativo: empatía cognitiva, heterogeneidad, palpabilidad, seguimiento y autoconciencia. Cada uno de estos criterios, desarrollados convincentemente a través de iluminadores ejemplos de trabajos de investigación anteriores, no sólo resultan relevantes para principiantes, sino también para incentivar la reflexión metodológica entre los ya alfabetizados.

Palabras clave: Metodología; Técnicas cualitativas de investigación; Trabajo de campo; Etnografía; Observación participante; Entrevista en profundidad.

[1] Alejandro Ciordia – alejandro.ciordia@uab.cat
[2] Núria Targarona Rifa – nuria.targarona@uab.cat

Abstract: *Review of "Qualitative Literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research"*

"Qualitative Literacy" by Mario Luis Small and Jessica McCrory Calarco offers a novel and compelling guide for assessing the quality of qualitative research based on ethnographic observations and in-depth interviews. Avoiding the hackneyed transposition of evaluation criteria from other methodologies, the authors propose five indicators of research quality in qualitative fieldwork: cognitive empathy, heterogeneity, palpability, follow-up, and self-awareness. Each of these criteria, convincingly developed through illuminating examples from previous research, is not only relevant for beginners but also encourages methodological reflection among those already literate in the field.

Keywords: Methodology; Qualitative research techniques; Fieldwork; Ethnography; Participant observation; In-depth interview.

La 'alfabetización cualitativa': motivaciones y propósitos del libro

Pongámonos en la piel de un lector o lectora que se enfrenta a dos informes o artículos que reportan los resultados de investigaciones cualitativas sobre un mismo fenómeno de interés a partir de un mismo diseño de trabajo de campo. Aparentemente, según lo que le han comentado colegas expertas, en uno de ellos la ejecución de la investigación y las evidencias producidas en el trabajo de campo son de una enorme calidad, mientras que los resultados presentados en el otro estudio están mucho menos respaldados por la evidencia presentada, que es menos robusta. ¿Cómo puede esta persona distinguir cuál es cuál? ¿En qué criterios o indicadores de calidad debe fijarse para identificar cuál de los dos textos está basado sobre evidencias y análisis cualitativos más sólidos? Estas son las preguntas que motivaron a los sociólogos Mario Luis Small (Universidad de Columbia) y Jessica McCrory Calarco (Universidad de Wisconsin-Madison) a escribir "*Qualitative literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research*". Como bien indica el título, el propósito fundamental del libro es promover la "alfabetización cualitativa", definida como "la habilidad de leer, interpretar, valorar y evaluar evidencia cualitativa competentemente" (p. x).

En los últimos años, plenamente inmersos en la era del "Big Data" y la "datificación" asociada a la imparable digitalización de la vida social, se ha venido enfatizando cada vez más en la esfera pública la necesidad de fomentar una amplia alfabetización estadística y cuantiativa (p.ej. Llaneras, 2022; Morrow, 2021). Por su parte, Small y Calarco lamentan en el prefacio del libro que no se haya producido un crecimiento similar de atención a la alfabetización cualitativa ni en el ámbito académico ni en la divulgación científica. Según los autores del libro (un punto de vista compartido por quienes escriben esta reseña), este desequilibrio plantea un grave problema no sólo a nivel académico, sino también en el ámbito social. Esto se debe a que, parafraseando a los autores (p. xiii), la investigación cualitativa resulta indispensable para comprender de manera integral y en mayor profundidad fenómenos sociales tales como la desigualdad, el acceso a la vivienda, la salud pública, la discriminación, la inmigración o la educación. Por tanto, abordar estas problemáticas sociales de manera efectiva requiere la incorporación del tipo de conocimiento contextualizado y exhaustivo que la investigación cualitativa ofrece.

A diferencia de lo que ocurre en la investigación social cuantitativa, basada en técnicas estadísticas, donde existe un amplio consenso sobre diversas dimensiones de calidad a considerar (por ejemplo: representatividad, ausencia de sesgos, fiabilidad en la medición, independencia de las observaciones, etc.) y la propia naturaleza de los datos y análisis suele permitir establecer indicadores precisos (si bien a menudo arbitrarios y/o reduccionistas) para evaluar la solidez de los hallazgos reportados, el panorama dentro de la investigación social cualitativa es considerablemente distinto. Como afirman los autores, "los científicos sociales no han alcanzado un acuerdo sobre qué constituye buena ciencia social cualitativa" (p. 2)[3]. Esta situación genera importantes consecuencias negativas, pues las existentes controversias metodológicas de base que aún existen:

[3] Pese a que en esta versión traducida de esta cita literal y de la que se muestra a continuación hemos traducido los términos plurales de género indeterminado como *"social scientists"* o *"researchers"* empleando la norma convencional en castellano de utilizar el masculino plural para términos genéricos, a lo largo del resto de la reseña emplearemos en estas situaciones las versiones masculina, femenina, desdoblada, o términos compuestos como "personas investigadoras" de manera intercambiable. Esta decisión se fundamenta en el propósito de no incurrir en un uso no sexista del lenguaje a la vez que se evitan reiteraciones que podrían entorpecer la lectura del texto.

> dejan a investigadores cualitativos principiantes indecisos sobre cómo llevar a cabo su propio trabajo; a revisores confusos sobre los indicios de calidad que deben buscar; y a académicos, periodistas, y otros consumidores inseguros sobre cómo juzgar el trabajo que los investigadores están generando. (Small y Calarco, 2022, p. 5)

Sin embargo, como se argumenta al inicio del libro, la capacidad de poder evaluar con criterios más o menos compartidos hasta qué punto una serie de hallazgos cualitativos son empíricamente verosímiles y robustos resultaría crucial. Esta eventual consolidación de unos mínimos consensos sobre qué significa la "calidad" en la investigación cualitativa beneficiaría no sólo a quienes emplean estas técnicas, sino también a quienes desde la intervención social, las políticas públicas, o la investigación con técnicas cuantitativas se ocupan de las mismas problemáticas sociales, pues todos ellos buscan apoyarse en el distintivo y valioso conocimiento que el trabajo de campo cualitativo es capaz de producir.

Con el propósito de avanzar el debate académico hacia estos estándares comunes, Small y Calarco proponen cinco indicadores de calidad aplicables a cualquier investigación cualitativa basada en trabajo de campo etnográfico y/o entrevistas en profundidad. Es importante clarificar que no se trata de un libro que aborde cuestiones de concepción o diseño de investigación, ni la conveniencia de una u otra metodología de análisis, sino que se trata de una propuesta centrada en la destreza en la ejecución del trabajo de campo durante la recogida de datos, es decir, sobre aquellas decisiones que se toman durante su realización (a menudo sobre la marcha) y que terminan influenciando enormemente el contenido concreto de la evidencia obtenida. Partiendo de la premisa de que, a diferencia de otras técnicas de recogida de datos, las personas investigadoras coproducen con los informantes la evidencia sobre la que se sustentan los análisis, el libro plantea cinco criterios clave, si bien no exhaustivos, sobre los que sustentar la evaluación de la calidad de la producción (y comunicación) de la evidencia cualitativa. En otras palabras, cinco criterios que pretenden constituir una guía para valorar cómo de bien (o mal) un/a entrevistador/a obtiene respuestas relevantes de los participantes a través de la conversación o cómo un/a etnógrafo/a genera confianza, captura el contexto y produce notas de campo.

Cinco criterios de evaluación del trabajo de campo cualitativo

El libro se estructura precisamente en base a los cinco criterios de calidad propuestos, desarrollándose cada uno en un capítulo propio, estos son: *empatía cognitiva*, *heterogeneidad*, *palpabilidad*, *seguimiento* y *autoconciencia*. No obstante, aunque no recibe un capítulo propio, en la introducción se destaca el papel fundamental de otra dimensión que se debe tener siempre en consideración como precondición de calidad empírica: la *exposición*. Small y Calarco resaltan la importancia de un variado y extenso contacto directo con el mundo social y las personas que actúan en él como un requisito necesario, pero no suficiente, para la producción de datos cualitativos de alta calidad. Los autores argumentan que un nivel considerable de exposición es indispensable para desarrollar la esencial sensibilidad con el contexto sociocultural investigado y para generar altos niveles de confianza y establecer una buena sintonía con los informantes. Si bien la relación no es ni mucho menos lineal, por regla general, cuanta mayor sea la duración y variedad del trabajo de campo, mayor será la exposición o inmersión al fenómeno de estudio, lo cual, a su vez, proporcionará unas mejores bases para poder desarrollar adecuadamente los cinco criterios que pasamos a exponer de manera resumida a continuación.

Empatía cognitiva

La empatía cognitiva (*cognitive empathy*) es, según los autores, el grado en que las personas a cargo de la investigación consiguen entender a los sujetos de manera similar a como se entienden ellos mismos. Cuando un/a investigador/a logra un alto grado de empatía cognitiva es capaz de adquirir evidencia sobre las perspectivas subjetivas y visión del mundo de los sujetos de estudio. Esta comprensión o entendimiento empático (que no supone necesariamente acuerdo o afinidad) debería incluir tres aspectos relevantes, a los cuales los autores vuelven a lo largo del libro: percepción, significado y motivaciones. La percepción hace referencia a cómo las personas se perciben a sí mismas y al mundo que les rodea. El significado se refiere al sentido que las personas dan a sus propias percepciones, actos y afirmaciones o exposiciones. Las motivaciones serían los objetivos o resultados que las personas tienen en mente al realizar una acción; para comprender las motivaciones, es necesario entender tanto el significado que las personas dan a sus actos como lo que creen que las ha llevado a actuar de esa manera en particular. En la observación participante, la percepción debe involucrar todos los sentidos del investigador/a:

vista, audición, olfato, gusto y tacto. Por otro lado, los autores enfatizan que la observación de las interacciones de los sujetos estudiados (tanto con los espacios como con otras personas) es una adecuada herramienta para descubrir significados.

Heterogeneidad

Según Small y Calarco, la heterogeneidad (*heterogeneity*) es "el grado en que las percepciones, experiencias, motivaciones, y otros aspectos de la población o contexto estudiado están representados como diversos" (p.47). Un alto grado de exposición es clave para aumentar la sensibilidad de la persona investigadora frente a los matices que diferencian a distintos miembros de un mismo grupo, en especial si se trata de una población o contexto diferente del suyo propio, para así evitar el sesgo de homogeneidad exogrupal (*out-group homogeneity bias*; Ackerman et al., 2006). En el contexto de las entrevistas en profundidad, las investigaciones que estudian el individuo pueden representar la heterogeneidad a nivel de comprensión, experiencias y motivaciones del mismo; mientras, las que investigan un grupo pueden o bien plasmar su diversidad identificando excepciones al patrón del grupo o bien presentando la heterogeneidad como característica propia del mismo.

Palpabilidad

La palpabilidad (*palpability*) se refiere al grado en que la evidencia presentada es concreta y precisa. Ésta se consigue a través de una presentación de evidencias empíricas que vayan más allá de generalizaciones abstractas, proporcionando descripciones precisas que aporten un alto grado de proximidad al fenómeno de interés, reportando detalles concretos sobre eventos, personas, declaraciones e interacciones particulares. En el contexto de las entrevistas en profundidad, Small y Calarco presentan dos estrategias para la obtención de datos palpables: la primera deductiva y planificada, la segunda inductiva y no planificada. Antes del encuentro, proponen preparar preguntas que susciten respuestas sobre situaciones, fenómenos o prácticas concretas, evitando las respuestas sobre tendencias generales. Durante la entrevista, sugieren prestar atención a los temas emergentes y realizar preguntas de seguimiento para promover la elicitación de ejemplos concretos que ilustren los temas indagados. Por otro lado, al realizar observación participante, los autores recomiendan informar sobre personas y eventos particulares, describiendo

detalladamente diferentes aspectos de su personalidad y presentando exactamente lo dicho y hecho por los participantes en las interacciones observadas.

Seguimiento

El cuarto indicador presentado en el libro es el seguimiento (*follow-up*), esto es, el grado en que las preguntas y las observaciones se fueron modificando y re-elaborando para contestar a cuestiones no anticipadas que fueron emergiendo durante el mismo proceso de recolección de datos. Puesto que la investigación cualitativa se caracteriza por ser el producto de una interacción entre la persona que investiga y los sujetos investigados, Small y Calarco defienden la idea de que incluso aquellos investigadores que trabajan de forma más deductiva deberían realizar un seguimiento inductivo de los temas que van surgiendo espontáneamente en el campo.

Los autores presentan cinco estrategias para desarrollar un seguimiento efectivo en el trabajo de campo basado en entrevistas en profundidad, todas ellas compatibles y combinables entre sí: (1) realizar una nueva pregunta no planificada para seguir las pistas dadas por un participante (ya sea mediante sus palabras, actos o tono de voz) hacia temas difíciles y sensibles; (2) efectuar una nueva entrevista con el fin de abordar en profundidad temas que emergieron en una entrevista anterior; (3) añadir un nuevo participante cuando no es posible re-entrevistar a uno antiguo por cuestiones de diseño, ética o viabilidad; (4) recoger nuevos tipos de datos, utilizando métodos mixtos complementarios, para superar las limitaciones del tipo de datos recogidos hasta el momento; (5) cambiar o añadir una nueva pregunta de investigación que pueda dar respuesta a preguntas relevantes que hayan surgido durante el trabajo de campo. Muchas de las cinco estrategias de seguimiento anteriores son también aplicables a la observación participante, aunque con algunos matices y adaptaciones. Por un lado, durante el trabajo de campo, se puede hacer un seguimiento adicional de las personas y/o eventos observados repreguntando a los sujetos del estudio, observando otros eventos relevantes o dirigiéndose a la otra parte en una interacción social. Una vez fuera del campo, se puede adaptar el diseño inicial identificando un nuevo contexto en el cual llevar a cabo un nuevo periodo de observación para realizar una comparación, o bien se puede recoger un tipo de datos diferente realizando un estudio con metodología mixta.

Autoconciencia

La autoconciencia (*self-awareness*) es definida como "el grado en que el investigador comprende el impacto de su propia persona en los sujetos entrevistados u observados y, por ende, en los datos recogidos" (p. 119). Este impacto es resultado del conocido e inevitable efecto del observador (*observer effect*), por el cual no es posible observar abiertamente un fenómeno social sin alterarlo. Por tanto, los/as investigadores/as autoconscientes deben tener en cuenta que "el hecho de quienes son […] afecta a cómo de fácilmente llegan a otros, a cómo otros actúan y hablan en frente de ellos, y a cómo ellos mismos interpretan lo que han escuchado u observado" (p. 119). Los factores que pueden tener un potencial impacto son innumerables (por ejemplo: género, raza, religión, complexión física, forma de hablar y de vestir, etc.) y su trascendencia depende en gran medida de la pregunta de investigación y contexto concreto donde se realiza el trabajo de campo. No obstante, Small y Calarco explicitan cómo estas características personales de las investigadoras pueden generar tres tipos de problemas diferentes a considerar y tratar de minimizar: problemas de acceso (*access*), problemas de falta de revelación o sinceridad (*disclosure*) y sesgos subjetivos en la interpretación de lo escuchado y observado (*interpretation*). Al entrar en el detalle de los posibles impactos en cada una de las dos técnicas de investigación, Small y Calarco realizan una serie de interesantes consideraciones y recomendaciones que es interesante destacar.

En el contexto de las entrevistas en profundidad, las características de quien investiga afectarán no solo a quién está dispuesto a hablar sino también a quién va a recomendar a otros potenciales participantes. También señalan como un error concluir que la autoconciencia se puede reemplazar por la mera concordancia demográfica (*demographic matching*) entre persona entrevistadora y entrevistada, ya que ésta puede llevar a los participantes a creer que la persona investigadora será más empática, pero a su vez a no expresar lo que piensen que es obvio para alguien similar a ellos.

En el contexto de la observación participante, los autores señalan la especial relevancia de una exposición explícita y transparente del origen y características sociodemográficas (*background*) de las personas investigadoras, para que así los lectores puedan valorar mejor como estas características han podido afectar, para bien o para mal, al acceso al grupo estudiado, al contenido de las interacciones

observadas y a la propia interpretación de las evidencias. Además, el hecho de que se obtenga más información precisamente de aquellos participantes que han confiado más en las personas investigadoras debe ser tomado en especial consideración al interpretar los datos recogidos. Por último, cuestiones éticas como la seguridad y el riesgo de causar daño a participantes son de especial importancia durante la interpretación y presentación de los resultados y la evidencia sobre los que éstos se apoyan.

Más allá de la alfabetización: una guía imprescindible tanto para principiantes como para expertos

La obra "*Qualitative Literacy: A Guide to Evaluating Ethnographic and Interview Research*" ofrece una más que bienvenida propuesta de plantilla de evaluación de la calidad del trabajo de campo cualitativo que puede ser de enorme utilidad no sólo para principiantes, sino también para incentivar la reflexión metodológica entre los ya alfabetizados. La propuesta, enormemente original y valiente, va mucho más allá de las ya comunes y bienvenidas llamadas a una mayor transparencia e "inspeccionabilidad" de la evidencia empírica cualitativa que sustentan los análisis, la cual es, sin duda, deseable con carácter general, si bien no siempre fácil de implementar en muchas investigaciones cualitativas por cuestiones prácticas y/o éticas. Además, en contraposición con propuestas similares anteriores, los autores parten de la premisa de que "todos los métodos de recolección de datos deben ser evaluados fundamentalmente en base a lo que están diseñados a hacer" (p. 150), por lo que se formulan criterios de evaluación endógenos a la investigación cualitativa. Se evita así la manida e inadecuada tentación de transponer criterios de evaluación propios de otros paradigmas metodológicos (King, Keohane y Verba, 2000; véase también una discusión actualizada en Brady y Collier, 2010). En otras palabras, no se busca imitar las fortalezas de los métodos cuantitativos, sino potenciar las virtudes de las entrevistas en profundidad y de la etnografía a la hora de hacer visibles "aquellos elementos del mundo social que no pueden ser capturados sino formulando preguntas de manera efectiva durante un largo periodo de construcción de confianza o mediante una observación reflexiva y perspicaz durante un largo periodo de inmersión" (p. 146).

Es de agradecer también la claridad expositiva del libro, que combina de manera magistral las definiciones conceptuales con clarificadores ejemplos prácticos y concretos. No obstante, se aprecia un ligero desequilibrio en el tratamiento de las dos técnicas abordadas a favor de las entrevistas cualitativas. Una mayor atención a la observación etnográfica habría enriquecido aún más la obra, asegurando una cobertura más completa de ambas metodologías cualitativas.

En definitiva, el libro de Small y Calarco tiene todos los ingredientes para convertirse no sólo en una accesible obra introductoria y divulgativa para promover la alfabetización cualitativa hacia el exterior, sino que resulta también enormemente útil para los investigadores y profesionales de la Antropología y otras ciencias sociales. En primer lugar, la originalidad y concreción de la propuesta de Small y Calarco ha propiciado ya un productivo debate metodológico a nivel académico enfocado a definir de manera más explícita qué se entiende en la profesión por "calidad" en la investigación con métodos cualitativos[4]. En segundo lugar, creemos que el libro puede resultar también enormemente útil como material didáctico para la formación práctica en técnicas cualitativas de investigación (especialmente si el libro es traducido a otros idiomas en los próximos años) y sería un excelente texto de referencia en cursos metodológicos a nivel de grado y postgrado.

Agradecimientos: Este trabajo ha contado con el apoyo de la Fundación Volkswagen [proyecto INCLUSIVITY – código de subvención 9B060] y del Consejo Europeo de Investigación (European Research Council, ERC) [código de subvención 101020038-PATCHWORK-ERC-ADG].

[4] Para quienes estén interesados en profundizar en este debate académico, recomendamos los siguientes artículos publicados dentro del simposio dedicado a este libro en la revista especializada *Sociological Research & Methods*: DeLuca (2023), Jerolmack (2023), Katz (2023), Martin (2023) y Tavory (2023).

Bibliografía

Ackerman, J. M., Shapiro, J. R., Neuberg, S. L., Kenrick, D. T., Becker, D. V., Griskevicius, V., Maner, J. K., y Schaller, M. (2006). They All Look the Same to Me (Unless They're Angry): From Out-Group Homogeneity to Out-Group Heterogeneity. *Psychological Science*, *17*(10), 836–840. Extraído de: https://www.jstor.org/stable/40064463

Brady, H. E., y Collier, D. (Eds.) (2010). *Rethinking Social Inquiry: Diverse Tools, Shared Standards* (2nd ed.). Rowman & Littlefield.

DeLuca, S. (2023). Sample Selection Matters: Moving Toward Empirically Sound Qualitative Research. *Sociological Methods & Research*, *52*(2), 1073–1085. https://doi.org/10.1177/00491241221140425

Jerolmack, C. (2023). What Good is Qualitative Literacy Without Data Transparency? *Sociological Methods & Research*, *52*(2), 1059–1072. https://doi.org/10.1177/00491241221140429

Katz, J. (2023). The Sociological Power of Methodological Rhetoric. *Sociological Methods & Research*, *52*(2), 1086–1102. https://doi.org/10.1177/00491241221140427

King, G., Keohane, R. O., y Verba, S. (2000). *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Alianza Editorial.

Llaneras, K. (2022). *Piensa claro: Ocho reglas para descifrar el mundo y tener éxito en la era de los datos*. Debate.

Martin, J. L. (2023). Cognitive Plausibility and Qualitative Research. *Sociological Methods & Research*, *52*(2), 1048–1058. https://doi.org/10.1177/00491241221140426

Morrow, J. (2021). *Be Data Literate: The Data Literacy Skills Everyone Needs To Succeed*. Logan Page.

Tavory, I. (2023). Deceptively Approachable: Translating Standards in Qualitative Research. *Sociological Methods & Research*, *52*(2), 1043–1047. https://doi.org/10.1177/00491241221140431