

# CAPÍTULO 10

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

*Joaquín Almeida, Julián Corali  
y Guillermina Falchi*

El investigador tiene que decir [...] algo más de lo que las informaciones recolectadas, por sí mismas, podrían llegar a decir. De lo contrario su labor pierde sentido.

Juan Ignacio Piovani

El análisis de los datos, es la etapa posterior al trabajo de campo y anterior a la elaboración del informe. Sin embargo, es importante destacar que por la naturaleza dialéctica de la investigación en comunicación, muchas veces el proceso de recolección de los datos (campo) y análisis de los mismos es continuo según la necesidad del investigador.

El análisis de los datos cualitativos se caracteriza por su forma cíclica y circular, frente a la posición lineal de los cuantitativos:

Gracias a este proceso circular, el investigador, casi sin darse cuenta, comienza a descubrir que las categorías se soplan o bien no contemplan aspectos relevantes; estas pequeñas crisis obligan al investigador a empezar nuevos ciclos de revisión, hasta conseguir un marco de categorización potente que resista y contemple la variedad incluida en los múltiples textos. Esto no sería viable bajo el modelo lineal, en los que no fuese posible acceder nuevamente al campo a recoger más datos o bien, volver a revisar los textos bajo nuevos criterios de codificación. (Rodríguez Sabiote, Lorenzo Quiles y Herrera Torres; 2005:135)

Por ello, antes de comenzar con el proceso de análisis de los datos recolectados en las investigaciones en comunicación social, es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones:

-Los datos se construyen. El investigador al seleccionar un aspecto de la realidad para su análisis lo hace desde cierta perspectiva. Los hechos están allí, pero es el investigador quien los ordena.

-Tener conocimiento del marco teórico y el estado del arte de la investigación a fin de poder plasmar los conceptos desarrollados en el procesamiento de los datos.

-Tener en cuenta el contexto, los escenarios y actores que participaron en el objeto de estudio.

- Y finalmente, que como a lo largo de todo el proceso de la investigación, la selección, ordenamiento e interpretación de los datos, estarán sujetos a las decisiones que realice el investigador.

Piovani, en su libro Metodología de las Ciencias Sociales, advierte que un error común que se suele encontrar en las investigaciones en ciencias sociales, es presentar como análisis de datos, una serie de fragmentos de entrevistas o notas de observaciones.; pensando que “los ‘datos’ hablarán por sí mismos” (Marradi, Archenti, Piovani; 2007: 287).

De esta manera, se pierde el sentido del análisis, que no consiste en mostrar lo que se encontró en el trabajo de campo, sino en descubrir y aislar las características de cada elemento recolectado, a fin de intentar comprender el problema de la investigación. Un correcto análisis permite “ordenar, sistematizar, preparar la información de una manera funcional a las posibles construcciones discursivas con las cuales se intentará dar cuenta de los fenómenos investigados” (Marradi, Archenti, Piovani; 2007: 288).

Y esto será posible, no solo con la interpretación de la información obtenida, sino también teniendo en cuenta el contexto en el que se producen los mismos y un acertado marco teórico. La conjunción de los datos, el contexto y determinados conceptos teóricos, harán posible analizar los datos y poder comprender las causas que conllevan al problema de la investigación.

Cuando el objeto de estudio son sujetos, y las técnicas de recolección estuvieron centradas en obtener testimonios u observaciones, no se puede evitar trabajar sobre el análisis del contexto en que se surgió la información. Aquí “interesa descubrir la influencia de determinadas características del entorno, situacionales o contextuales, en características personales” (Mayntz, Holm, Hübner: 272).

Definidas ciertas cuestiones que no pueden quedar fuera del análisis de los datos recolectados, se debe definir la estrategia que se utilizará para interpretarlos. Y en este proceso, no se debe trabajar sobre toda la información de manera cuantitativa o cualitativa. Lo que se acostumbra utilizar es un cruzamiento que haga más rica la presentación de los datos. Por ejemplo, en entrevistas u observaciones, hay datos que pueden utilizarse de manera única y personal, y otros que pueden cuantificarse, como la cantidad de sujetos que fueron parte del objeto de estudio, cuántos hombres y mujeres, edades, sexos, o características más particulares, como vestimenta o rasgos físicos. Para ello, hay que elaborar un listado de categorías de análisis.

Sabino plantea que más allá de los objetivos de la investigación y de las características de los datos obtenidos, “siempre que tenga sentido, es preferible cuantificar en lo posible los datos obtenidos” (Sabino:186).

Pero más allá de la manera en que se presenten los datos, se debe tener en cuenta que tanto las investigaciones en comunicación, ya sean cualitativas o cuantitativas, buscan desarrollar, verificar o poner a prueba proposiciones sobre la naturaleza de la vida social.

Si bien, no existe un modo único de realizar el análisis de datos cualitativos y dependerá tanto del investigador como del problema abordado, existen enfoques básicos para dar sentido a los datos recogidos.

En tal sentido algunos autores hablan de etapas en el Análisis de Datos:

**1. Análisis y descubrimiento:** Al analizar nuestros datos, es necesario reconocer pautas que surjan de ellos. Para ello, los datos obtenidos deben ser releídos buscando temas, relaciones, conceptos, interpretaciones.

**2. Categorización y codificación.** A partir de nuestro primer análisis, realizamos un proceso de categorización que surge de las ideas que pudimos descubrir. Estas categorías serán completadas por cada una de las pautas que nos surgieran al releer nuestro material, y **deben ser constituidas de la forma más práctica** y clara para el investigador.

A cada categoría, a su vez, le indicaremos su correspondiente codificación (una serie de números o letras). Así, cada nota de campo que obtuviéramos (transcripciones, documentos, etc.), tendrá su correspondiente categoría y por consiguiente un orden, que el investigador ha construido.

Una vez que tenemos los datos agrupados en categorías, podremos relacionarlas unas con otras para descubrir, a su vez, nuevas interpretaciones.

El ordenamiento de los datos cualitativos es una tarea difícil ya que muchas veces aparecen desordenados y de manera textual. Para ordenarlos también se puede trabajar con gráficos que muchas veces permiten ver relaciones; los diagramas, representaciones gráficas o imágenes relacionadas a los conceptos y finalmente, las tablas de doble entrada.

**3. Obtención y verificación de las conclusiones:** “Implica el uso de metáforas y analogías; así como la inclusión de viñetas donde aparezcan fragmentos narrativos e interpretaciones del investigador.” (Rodríguez Sabote, Lorenzo Quiles y Herrera Torres; 2005: 147).

De esta manera, a partir de cada una de las categorías obtendremos conclusiones que nos permitirán a su vez, acceder a una resolución más general.

Taylor y Bogdan, aconsejan también realizar lo que denominan “relativización de datos”, que no es otra cosa que analizar nuestros datos “en el contexto en el que fueron recogidos”. No será lo mismo, por ejemplo si nuestra fuente se encuentra bajo presión, o es observada por otros participantes.

Con respecto a la presentación de las conclusiones obtenidas, estos mismos autores proponen dos diferentes maneras de presentar los datos: la **descripción etnográfica** y los **estudios teóricos**.

La primera describe, no interpreta. Allí el investigador intenta mostrar una imagen de lo que la gente dice y el modo en que actúa. Tiene un mínimo de interpretación y conceptualización. Y el lector debe sacar sus propias conclusiones a partir de los datos expuestos.

Mientras que los estudios teóricos, consisten en comprender y explicar los rasgos de la vida social que van más allá de las personas y escenarios

estudiados en particular. Y utiliza datos descriptivos para ilustrar sus teorías y conceptos, para convencer a los lectores de que lo que se muestra es la verdad.