

Universidad Autónoma del Estado de México  
**Facultad de Arquitectura y Diseño**  
**Licenciatura en diseño industrial**



**Proyectable: La investigación cualitativa y la etnografía aplicadas al proceso de diseño**

**UNIDAD DE APRENDIZAJE**

**PROYECTO INTEGRAL DE DISEÑO INDUSTRIAL (PIDI 1)**

UNIDAD DE COMPETENCIA: 2 Desarrollo de la investigación para el proyecto de diseño.

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA: analizar los elementos de la investigación documental y de campo del problema para generar soluciones de diseño.

Actividades de enseñanza y aprendizaje: realizar la investigación documental y la investigación de campo de la relación usuario-objeto-contexto a través de métodos etnográficos, experiencia estructurada, entre otros.

**Autor: Dr. Joaquín Trinidad Iduarte Urbietta**

**Fecha: 27 de septiembre de 2019**

## **Justificación académica:**

La unidad de aprendizaje **Proyecto Integral de Diseño Industrial 1**, en su **Unidad de Competencia 2** considera importante la comprensión por parte del alumno de las **metodologías** para el **desarrollo** de la **investigación**, etapa que será la base del **proyecto de diseño**.

Joaquín Iduarte

## Justificación académica (continuación):

La **capacidad investigativa** que desarrolle el profesional del diseño industrial es fundamental para el desenvolvimiento de una de las habilidades sociales más importantes, **la empatía**, la cual es fundamental para el florecimiento de propuestas creativas y de innovación desde una **perspectiva centrada en las personas**.

Joaquín Iduarte

## Justificación académica (continuación):

A través de la investigación cualitativa, el profesional del diseño desarrolla de forma experiencial una actitud analítica y crítica del entorno, lo que le permite realizar un **diagnóstico de la situación** para después planear un proyecto de diseño que irá enfocado a **resolver las necesidades detectadas** de las **personas involucradas** en el estudio de campo.

Joaquín Iduarte

---

**La investigación  
cualitativa y la  
etnografía**

---

---

**aplicadas al  
proceso de diseño**

---

**Dr. Joaquín Trinidad Iduarte urbieta**

**Objetivo: entender  
la investigación  
cualitativa y la  
etnografía**

como métodos de  
**investigación**  
centrados en las personas



Que nos permiten acceder a

**información**



# Útil para entender

necesidades y deseos  
de las personas estudiadas



Con el objetivo de:

**GENERAR VALOR**

a través de:

**PROPUESTAS**

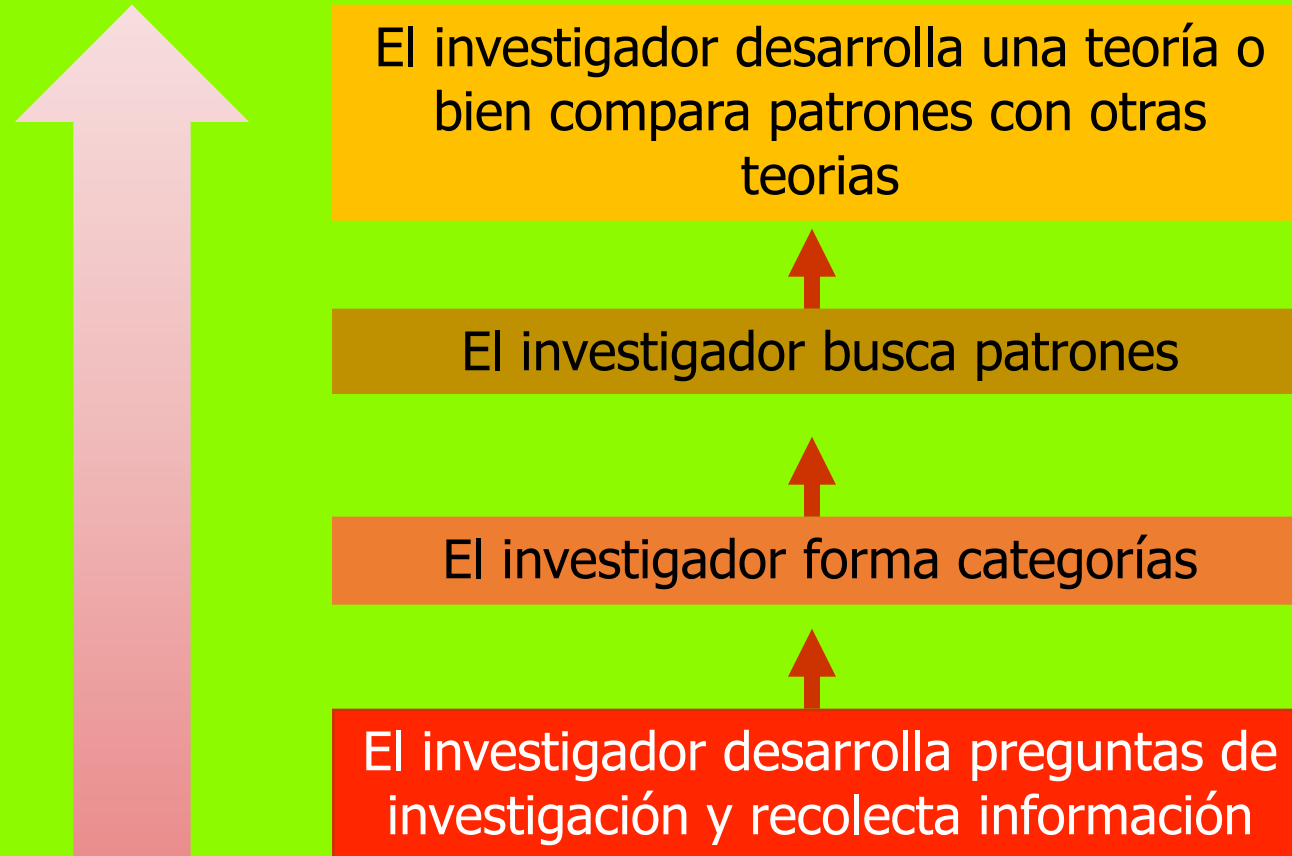
de diseño

**Basadas en los**

**Hallazgos**

**de la investigación**

# Método inductivo de investigación en el paradigma cualitativo



## Los métodos cualitativos se distinguen en que:

- Es posible que el investigador sea parte (en ocasiones muy importante) del fenómeno de estudio y de los resultados obtenidos, a manera de instrumento de investigación en sí mismo(a).
- Busca el conocimiento detallado de casos específicos con el objetivo de identificar cómo ocurren las cosas.
- Permite explorar significados y realidades múltiples en el mismo estudio.

<http://www.healthnet.unam.mx/afeipal/lecturas/InvestigacionCualitativa.pdf>

En sentido amplio, puede definirse la metodología cualitativa como **la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.**

(R. Quecedo, 2002)

**Los métodos cualitativos se ocupan bajo condiciones en las que no es posible cuantificar las variables en términos de examinar hipótesis estadísticas o inferenciales.**



Normalmente se usa para analizar conceptos **poco estudiados o definidos**, con número limitado de observaciones, en fenómenos relativamente únicos, o cuando hay la posibilidad de perder elementos **esenciales al codificar una situación bajo estudio**.

(Yang & Miller, 2008)

A través del método cualitativo se pueden visualizar las relaciones que las personas establecen con su entorno, conociendo sus interpretaciones del mundo relacionadas a su experiencia personal, es decir, entender el mundo interpersonal, que se conforma de experiencias internas e individuales, así como de relaciones externas y culturales.

(Wagner, 1981)

Uno de los métodos más relevantes que se utilizan en la investigación cualitativa es el método etnográfico



# **En la investigación etnográfica:**

El investigador se involucra con las personas estudiadas, comparte su vida por un período determinado de tiempo, conversa con ellos en sus propios términos...

observando lo que pasa, escuchando lo que se dice y haciendo preguntas, de hecho, **recolectando toda la información disponible que pueda ayudar a entender mejor el tema de estudio.**

(Hammersley y Atkinson, 1995)

# En la investigación etnográfica:

Se estudia a la gente en los lugares en los que cotidianamente ocurren los hechos, captando el significado social y las actividades ordinarias, en las que el investigador se involucra activamente para recolectar datos de una manera sistemática, sin imponer significados de manera precipitada y superficial. (Brewer, 2000)

A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA  
SE PUEDEN ESTABLECER **RELACIONES**  
**CERCANAS** CON LAS PERSONAS QUE SON  
NUESTRO OBJETO DE ESTUDIO



PARA CONOCER Y ENTENDER SUS  
ACTIVIDADES, INTERESES,  
GUSTOS, SENTIMIENTOS,  
EMOCIONES...



CON EL OBJETIVO DE  
ENTENDER e INTERPRETAR  
**SUS SIGNIFICADOS**

Plantas

Cuerpo

Objetos

Personas

**Y así entender a las personas  
a partir de la totalidad de sus  
relaciones**

Animales

Espacios

Experiencia

Memoria

y al aprender sobre las  
**situaciones reales** de  
las personas podemos  
dar **soluciones**  
adecuadas a sus  
necesidades...

a través de la convivencia y la interacción

se entiende como las personas

**experimentan** y dan **sentido**

**a su realidad**

interpretan

perciben

responden

resuelven

El **vocabulario**, los **gestos**, la **forma**  
de **vestir**, el **empleo** del **espacio** y  
los **objetos** proporcionan **indicios**  
importantes sobre el **modo** en que  
las **personas** **definen** **situaciones** y  
**clasifican** su **mundo**, por ello se debe  
poner especial **atención** a todos estos  
**factores**

# PASOS DE LA INVESTIGACIÓN ETNOGRÁFICA:

JOAQUIN IDUARTE  
DESIGN RESEARCH AND INNOVATION



**Las principales técnicas de**

# **La Etnografía**

**son la observación y la entrevista**

# Observación participante

Su objetivo es familiarizarse estrechamente con un determinado grupo de individuos (como un grupo religioso, ocupacional, sub-cultural o una comunidad en particular) y sus prácticas a través de una participación intensa con las personas en su entorno cultural, generalmente a lo largo de un periodo de tiempo extendido.

[Wikipedia.org](https://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n_participante)



# Observación participante

Robson (1993) señala que una condición o característica de la observación participante es que el observador se vuelve un tipo de miembro del grupo observado y debe desempeñar algún papel en dicho grupo.

# Observación participante

El observador es un instrumento de la investigación y por lo tanto, debe poseer gran sensibilidad y habilidades personales suficientes que le permitan obtener información valiosa.

# Observación participante

Flick (2002) distingue tres fases en la observación participante:

# Observación participante

*Observación descriptiva*, se emplea al principio del estudio y sirve para darle al investigador una orientación del campo de estudio, provee descripción poco específica, que sirve para sondear la complejidad del terreno y para determinar líneas de investigación más concretas.

# Observación participante

*Observación enfocada*, la perspectiva de observación se cierra considerablemente a aquellos procesos y problemas que son más importantes para las preguntas de investigación

# Observación participante

*Observación selectiva*, es la que se lleva a cabo al final de la recolección de datos y está más bien enfocada en encontrar mayor evidencia y ejemplos para el tipo de prácticas y procesos encontrados en el segundo paso.

## **PASOS PARA HACER UNA OBSERVACIÓN:**

- Elegir un hecho social
- Prepararse a partir de literatura, estudios previos, informantes, expertos, entrevistas.
- Desarrollar una herramienta de recopilación de notas de campo que defina lo que se va a observar: actividades, tareas, artefactos..
- Marcar tiempos y definir horarios
- Recopilar los datos que describan lo que observamos en formato papel, análogo o electrónico. por medio de notas descriptivas, video o fotografías

## **PASOS PARA HACER EL ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN:**

- Ordenar la información por temas
- Abstraer conexiones o patrones entre temas
- Establecer preguntas relevantes sobre cada tema para preguntar en una segunda ocasión
- Establecer temas para estudiar en otra ocasión



# La entrevista en profundidad

es un instrumento básico para el entendimiento de la realidad de las personas, ya que se accede a la información y la comprensión de las diversas circunstancias desde una perspectiva (emic) de los protagonistas y el modo en que interpretan la realidad en la que se desenvuelven (Téllez, 2007).

# La entrevista en profundidad

Para Robson (1993), la entrevista es una conversación con un propósito específico.

# La entrevista en profundidad

En donde se deben considerar los siguientes aspectos:

Se debe escuchar más de lo que se habla.

Se deben hacer preguntas directas y claras.

# La entrevista en profundidad

Se deben eliminar frases o palabras que orillen a los entrevistados a responder de alguna forma en particular.

Se debe disfrutar la entrevista o por lo menos mostrar que se está disfrutando la conversación.

# ANÁLISIS DE ENTREVISTAS:

## 1)Análisis por temas

En las entrevistas surgen diferentes temas. El primer paso es Identificar, esto es codificar con un nombre propio, todos los temas posibles.

Segundo paso: selecciona 4-6 temas centrales comunes de las entrevistas.

# ANÁLISIS DE ENTREVISTAS:

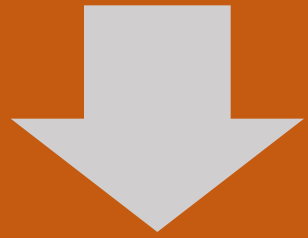
## 2) Análisis por casos

Elige personas con un perfil socio-demográfico diferente.

Elige un caso y describe el vínculo entre los 4-6 temas centrales de este caso (hilo conductor). ¿Cómo están relacionadas las respuestas a los diferentes temas?.

Repite el análisis anterior con otra entrevista y marca las diferencias entre ambos casos.





# Ideas

Que buscan ver y entender  
las relaciones estudiadas de  
una manera diferente...






# Ideas

De como es algo **AHORA** y cómo  
puede ser en el futuro...


Y con estas **ideas** basadas en  
**necesidades reales de las personas**



# Conclusiones

A través  técnicas cualitativas como la Etnografía se pueden identificar tendencias y preferencias, patrones de conducta y perfiles de vida, así como experiencias y emociones de los usuarios.

# Conclusiones

Lo que permite crear productos y servicios que no sólo sean funcionales, sino también valiosos para las personas porque “entienden”  forma de vida.

# Referencias

- Brewer, J. (2000).** *Ethnography*. Buckingham: Open University Press .
- Flick, U. (2002).** *An Introduction to Qualitative Research*. London: Sage
- Hammersley, M., y P. Atkinson, (1995).** *Ethnography*. London: Routledge.
- Quecedo, R. (2002).** *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*  
Revista de Psicodidáctica. España
- Robson, C. (1993).** *Real World Research*. A resource for Social Scientist and  
Practitioner-Researchers. Oxford: Blackwell.
- Téllez, A. (2007).** *La investigación antropológica*. San Vicente, Alicante: ECU.
- Yang, K., & Miller, G. (2008).** *Handbook of research methods in public  
administration*. Taylor & Francis Group.
- Wagner, R. (1981).** *The invention of culture*. Chicago: The University of Chicago  
Press.

# **Guion explicativo:**

**Diapositiva 1: Portada y presentación**

**Diapositiva 2 a 4: Justificación académica**

**Diapositiva 5 a 12: Objetivo de la presentación y del tema**

**Diapositiva 13 a 18: Investigación cualitativa**

**Diapositiva 19 a 30: El método etnográfico**

**Diapositiva 31 a 46: Observación y entrevista**

**Diapositiva 47 a 50: Análisis y generación de ideas**

**Diapositiva 51 a 52: Conclusiones**

**Diapositiva 53: Referencias bibliográficas**