



OXFAM

www.oxfam.org.uk/policyandpractice

INVESTIGAR HISTORIAS CON INTERÉS HUMANO

¿CUÁLES SON Y POR QUÉ HACERLAS?

Las historias de interés humano o casos de estudio tienen como objetivo destacar un tema de desarrollo específico desde la perspectiva de una persona o de un grupo de personas. Pueden utilizarse como base cualitativa para el seguimiento y la evaluación, para extraer conocimiento sobre la organización y los programas, para las campañas y los medios de comunicación, y también para los departamentos de captación y marketing, que siempre buscan este tipo de historias.

Su poder radica en su capacidad de relacionar los problemas con la vida real y mostrar claramente la relación que hay entre las grandes cuestiones políticas a un nivel “macro” y las repercusiones de estas políticas a un nivel “micro”, en la vida de las personas. Su carácter personal contribuye a que el lector o espectador conecte con problemas complejos (como el comercio mundial o el VIH/SIDA) y los desmitifique. Así, crean un vínculo de empatía y entendimiento basado en una humanidad compartida.

En consecuencia, este tipo de historias tienen la capacidad de mostrar la complejidad de algunas realidades políticas o socio-económicas a través de una experiencia real. Un ejemplo de esto, sería ofrecer una visión sobre la complejidad de VIH/SIDA en la parte Sur del continente africano a través de un relato del tipo “un día en la vida de” un asistente sanitario en Zimbabue.

PASOS SUGERIDOS

El principal elemento en el que se basan las historias con interés humano son las entrevistas, pero es necesario contextualizar las opiniones y experiencias del o de los entrevistados a través de un buen trabajo de investigación documental. Por lo tanto, una historia con interés humano debe basarse en tres fuentes de información:

- Información de las personas que trabajan en terreno y de otros actores relevantes, que deben participar en el diseño de la historia y en su seguimiento posterior.
- Investigación documental previa a las entrevistas, que sirva para prepararlas y para consolidarlas después, y que las contextualice.
- La historia de la persona, tal y como fue contada en la entrevista.

1. Aprender de los trabajadores, las organizaciones sociales y otros actores relevantes.

Antes de reunirte con los entrevistados, habla con colegas locales y con miembros de las organizaciones sociales que conozcan la comunidad en la que vas a trabajar. No escribirías una noticia sobre un político importante sin saber algo de él primero. Pasa lo mismo con los futuros entrevistados: saber algo acerca de sus vidas antes de conocerlos realmente contribuye a un buen desarrollo de la entrevista y a la obtención de buenos resultados.

Asegúrate de tener acceso y posibilidad de contactar a colegas y organizaciones sociales que puedan responder preguntas o aclarar dudas durante el proceso de escritura. Es muy útil mantener el contacto con ellos y con cualquiera que pueda aconsejarte y ayudarte a mejorar.

2. Investigación documental

La investigación documental, antes y después de la investigación de campo, subraya la importancia de comprender el contexto amplio de la historia, de modo que cuando hablas con la persona involucrada puedes ver con mayor claridad cómo un problema concreto (ya sea una política gubernamental, la legislación de comercio, el VIH o los recortes presupuestarios) repercute en su vida.

Para empezar, los colegas que trabajan de manera cercana con la comunidad pueden proporcionarte documentación básica sobre su trabajo y el contexto en que se desarrolla. Si no, intenta encontrar la información en internet.

Recuerda, no se trata de escribir una tesis; el propósito es contextualizar correctamente tus entrevistas y observaciones, y establecer las conexiones entre la vida diaria y la situación económica, política y social que repercute en ese día a día.

En tu investigación, utiliza fuentes fidedignas y referéncialas.

3. Entrevistas: entender la historia personal.

Asegúrate de que el entrevistado tiene algo que aportar sobre el tema en el que estás trabajando, es decir, que sus experiencias y percepciones ilustran la situación que quieres describir. Asegúrate de que sus experiencias son habituales, no “extraordinarias”. Pregúntate: Si otro investigador viniera a esta comunidad, ¿encontraría fácilmente a otra persona con una historia similar a esta?

Para reunir buen material en las entrevistas que sirva para escribir una historia con interés humano, piensa cuidadosamente en estos tres elementos:

- **Tiempo.** Aunque lo cierto es que a veces no hay mucho tiempo para las entrevistas, debe dar la impresión de que no tenemos prisa, y debemos prestar toda nuestra atención. Escribe algunas posibles preguntas de antemano, para evitar ponerte nervioso durante la entrevista. No olvides que estas preguntas son solo una guía, y busca la manera de regresar a ellas en el desarrollo de la conversación (ver la “Guía para realizar una entrevista semi-estructurada”). Incluso si estás preocupado por no tener suficiente tiempo, debes presentarte y explicar el objetivo de la entrevista de manera adecuada, y ratificar que la persona está de acuerdo en participar (Ver la guía “Investigar con ética”).
- **Espacio.** Intenta que el entrevistado se sienta lo más cómodo posible. Las personas hablarán con confianza si se sienten cómodas y seguras. Trata de llegar a un acuerdo que sea beneficioso para

ambos (el entrevistado y tú) antes de empezar, ej. ¿La entrevista será uno a uno, con la familia y amigos, o con algunos colegas de otras ONG de la zona?

- **Autenticidad.** Es importante dejar hablar a tu entrevistado con honestidad, incluso si las respuestas no son lo que tú esperabas oír. La única manera de fomentar su honestidad es ser tú mismo. No te preocupes si cometes algún error, lo que cuenta es la impresión general. Comportate con naturalidad y en la medida de lo posible, consigue que la entrevista sea más un diálogo entre las dos partes y no un simple cuestionario. Haz todo lo posible por concentrarte en la persona que tienes enfrente y en lo que es importante para ella en el contexto del tema que estás investigando (puedes consultar otras indicaciones en la “Guía para realizar una entrevista semi-estructurada”).

Escribir

Cuando elijas el tono de la narrativa, no pierdas de vista a tu audiencia. ¿Serán otros compañeros que trabajen en la zona? ¿Será el departamento de comunicación?, ¿Se trata de llegar a los activistas de una campaña global? De todos modos, no dejes que esto te cohiba, ya que muchos lectores estarán interesados en una descripción personal e informativa de un problema complejo.

Como lector, o como persona que quiere aprender sobre un tema en particular, ¿qué es lo más importante para ti? ¿qué haría que ese texto fuera inolvidable? El ingrediente más importante para una buena historia es sentido común, algo que todos tenemos. Pregúntate cómo te gustaría que se abordase una entrevista sobre tu vida y tu trabajo, y como te gustaría que se recordaran y utilizaran esos aspectos de tu vida.

Hacer fotos o grabar las entrevistas.

Piensa en la mejor manera de comunicar la experiencia de tu entrevistado. Una fotografía suya (consentida) puede reforzar su historia, ya que así el lector pone cara a la historia. Y es aún mejor si puedes grabar un vídeo de la entrevista, ya que una grabación puede incrementar enormemente el alcance de la entrevista. Con la tecnología actual, esto es mucho más fácil que antes. Incluso un minuto o dos grabados con tu móvil pueden ayudar mucho. Pero sobre todo necesitas asegurarte de que tu entrevistado entiende para qué se usará la grabación, y de que está de acuerdo con que le saques fotos o le grabes.

Simplicidad versus realidad.

La realidad puede ser compleja y difícil de comunicar, pero no simplifiques demasiado las historias. Una historia con interés humano no pretende simplificar un tema o un problema, sino darle una perspectiva humana. Las vidas humanas son tan complicadas, si no más, que los problemas sociopolíticos.

Regresar

En muchas ocasiones, nuestras historias con interés humano son excepcionales. Piensa si sería posible volver, en seis meses o un año, para ver qué ha cambiado en la vida de los entrevistados y ver qué impacto ha tenido tu trabajo en ese tiempo. Regresar a ese lugar puede proporcionar información muy valiosa para los departamentos de captación y comunicación, porque les permite demostrar que las donaciones o las subvenciones se han usado correctamente. También puede dar un conocimiento más profundo de las personas, de los caminos que les llevan a la pobreza y de los que les sacan de ella.

Comentarios y sugerencias al texto

¿Es posible mostrar un borrador de la historia a la persona que retrata? Esto sería lo ideal, pero normalmente no es posible, de modo que es conveniente hacer las consultas en el momento, por ejemplo para cerciorarte de que has entendido bien algo de lo que te han dicho, o averiguar si están de acuerdo con que cites una de sus frases. Además, puedes:

- Imaginar qué pensarían ellos. Una vez que tienes el borrador de tu historia, has incorporado la investigación documental y has redactado las conclusiones, léelo como si fueras tu entrevistado. Si estás seguro que ellos dirían “sí, es así exactamente como es para mí”, entonces has hecho un buen trabajo.
- Pedir opinión a los colegas y compañeros que trabajaron contigo durante la investigación. ¿Están de acuerdo con la manera en que relacionas los factores macro con la historia micro?
- Pedir opinión a otros colegas que trabajen en el tema sobre el que estás escribiendo, o que tengan experiencia en investigar y escribir.
- Enviar el borrador al grupo al que se dirige el texto, ej.: el departamento de marketing o de incidencia, para poder ir incorporando sus comentarios y observaciones.

CUANDO LAS COSAS NO VAN BIEN...

La entrevista no se adapta a lo que estás buscando

Aunque el entrevistador tiene la responsabilidad de asegurarse de que la entrevista encaja con el tema a tratar, es preferible darse cuenta después de que el entrevistado no era el adecuado para el propósito de la entrevista que hacer preguntas inducidas en el transcurso de la misma. Todo es útil para aprender y puede ser útil para una historia futura. Algunas veces puede también suceder que la entrevista no vaya a ningún lado. En ese caso, sé paciente y educado, y no pongas fin a la entrevista de manera brusca (ver la “Guía para realizar una entrevista semi-estructurada”).

La historia no se adapta al objetivo

Es posible que después de reunir la información y escribir, el resultado no sea lo que el equipo de incidencia / departamento de marketing etc. estaban buscando. Esto significa que la comunicación previa no fue bastante clara o que las necesidades hayan cambiado en el proceso. Es útil evaluar y aprender de lo ocurrido, y trabajar juntos para decidir cómo utilizar el material. Otra posibilidad es buscar nuevos canales para difundir la historia, ya que existen muchas maneras de difundirla.

Otros recursos

Los [“Recursos para elaborar historias de vida”](#), de Kate Bird, aportan una gran variedad de sugerencias y guías. Esta guía forma parte de los “Métodos de investigación” del Centro de Investigación sobre la Pobreza Crónica, elaborados por dicho Centro.

© Oxfam GB Noviembre de 2012

Esta guía está elaborada por el Equipo Internacional de Investigación de Oxfam y por el Equipo de Comunicaciones de Políticas y Prácticas de Oxfam GB, con el objetivo de que sea utilizado por el personal de Oxfam, organizaciones socias, así como por otros investigadores y personas que trabajen en desarrollo. Fue escrito originalmente por Kate Raworth, y fue revisado y corregido por John Magrath y Martin Walsh.

El texto es de uso gratuito puede ser usado sin costo para fines educativos y de investigación, siempre que se referencie la fuente completa. El propietario de los derechos de autor solicita que se le notifique toda referencia al presente texto, con fines de evaluación del impacto. Para utilizar el texto en cualquier otra circunstancia, o para reutilizarlo en otras publicaciones, o para su traducción o adaptación, es necesaria una autorización y puede que se solicite el pago de la tarifa correspondiente. Correo electrónico: publish@oxfam.org.uk

Oxfam agradece los comentarios y opiniones sobre su Guía de Investigación. Si desea comentar algún aspecto de este documento, por favor comuníquese con research@oxfam.org.uk. Para obtener más información sobre las investigaciones y publicaciones de Oxfam, puede consultar www.oxfam.org.uk/policyandpractice

La información en esta publicación es correcta al momento de su impresión. Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, UK. Publicado por Oxfam GB con el código ISBN 978-1-78077-326-1 en Noviembre de 2012. Oxfam es una organización sin ánimo de lucro en Inglaterra y Gales (No. 202918) y en Escocia (SC039042). Oxfam GB es miembro de Oxfam Internacional.