

---

# La recerca qualitativa

---

PID\_00248671

Mariona Ferrer i Fons  
Rosa Borge Bravo  
Albert Padró-Solanet i Grau



# Índex

<b>Introducció.....</b>	<b>5</b>
<b>Objectius.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Introducció a la recerca qualitativa.....</b>	<b>7</b>
1.1. El paper i les aplicacions dels mètodes qualitatius en les ciències socials .....	7
1.2. Crítiques clàssiques als mètodes qualitatius .....	9
<b>2. Les tècniques qualitatives.....</b>	<b>12</b>
2.1. L'observació participant .....	12
2.1.1. El desenvolupament de la tècnica i els camps d'aplicació .....	13
2.1.2. El rol de l'investigador: l'observació oberta o encoberta, l'accés .....	14
2.1.3. Què observar .....	15
2.1.4. L'enregistrament de l'observació: el diari de camp .....	16
2.1.5. L'anàlisi del material empíric .....	17
2.2. L'entrevista en profunditat .....	18
2.2.1. Tipus d'entrevista qualitativa .....	20
2.2.2. La selecció dels entrevistats i el contacte previ .....	21
2.2.3. La realització de l'entrevista .....	22
2.2.4. L'anàlisi del material empíric .....	24
2.2.5. L'entrevista biogràfica en les històries de vida .....	24
2.3. Els grups de discussió .....	26
2.3.1. Els àmbits d'aplicació en ciències socials .....	27
2.3.2. El disseny i selecció dels grups .....	28
2.3.3. La formació i direcció dels grups .....	29
2.3.4. L'anàlisi del material empíric: una aplicació pràctica ....	32
2.4. L'anàlisi de contingut .....	34
2.4.1. L'anàlisi de contingut en les ciències socials .....	35
2.4.2. Metodologia de l'anàlisi de contingut: anàlisi quantitativa i qualitativa .....	36
2.4.3. Les limitacions o problemes metodològics .....	37
<b>Resum.....</b>	<b>39</b>
<b>Activitats.....</b>	<b>41</b>
<b>Exercicis d'autoavaluació.....</b>	<b>41</b>

<b>Solucionari.....</b>	<b>43</b>
<b>Glossari.....</b>	<b>44</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>45</b>

## Introducció

En aquest mòdul ens situem en un **nou paradigma de recerca**. Es passa del paradigma positivista característic de la recerca quantitativa al paradigma interpretatiu. La recerca qualitativa no només requereix d'unes tècniques completament diferents de les quantitatives, sinó que també demana una disposició mental i una filosofia de fons radicalment diferent. El procés de recerca qualitativa no segueix la linealitat que caracteritza la recerca quantitativa. És molt més flexible i sovint es caracteritza per l'ús al mateix temps de diverses tècniques qualitatives.

En el primer apartat d'aquest mòdul us parlarem de quin és el paper i aplicacions dels mètodes qualitatius en ciència política, i us comentarem les principals crítiques des del positivisme (més partidari d'utilitzar mètodes quantitius).

En el segon apartat, us explicarem algunes de les tècniques qualitatives més utilitzades: l'observació participant, les entrevistes qualitatives (conjuntament amb la modalitat de les entrevistes biogràfiques de les històries de vida), els grups de discussió i l'anàlisi de contingut. Per cada tècnica s'introdueix, primer, com es fa el procés de recollida de dades, i segon, com s'analitza posteriorment la informació.

## Objectius

En acabar aquest mòdul haurèu assolit els objectius següents:

- 1.** Familiaritzar-vos amb un nou paradigma de recerca –la recerca qualitativa en ciències socials, i en ciència política en particular– de manera que prengueu consciència de les seves limitacions i possibilitats enfront de la recerca quantitativa.
- 2.** Conèixer les aplicacions dels mètodes qualitatius en ciència política i exemples concrets d'utilització d'aquest mètode en la politologia.
- 3.** Veure algunes de les tècniques qualitatives més utilitzades: l'observació participant, l'entrevista qualitativa o en profunditat, els grups de discussió i l'anàlisi de contingut.
- 4.** Per a cada tècnica qualitativa, assolir una informació bàsica que permeti entendre les seves possibilitats en el procés de recollida de les dades i en la posterior anàlisi.

## 1. Introducció a la recerca qualitativa

**En la recerca qualitativa el procés de recollida de dades i el d'anàlisi, molt separats en la recerca quantitativa, s'encreuen i se superposen.** No hi ha un grup de tècniques formals equivalents a les tècniques d'anàlisi de dades de la recerca quantitativa. Per tant, l'anàlisi del material recollit depèn dels criteris personals de qui investiga, de la imaginació sociològica que tingui, i de la capacitat de relacionar esdeveniments i extrapolar generalitzacions a partir de la realitat observada.

En aquesta part us parlarem, d'una banda, de quin és el rol i aplicacions dels mètodes qualitius en les ciències socials, i d'altra banda, us comentarem les principals crítiques des del positivisme (més procliu a utilitzar mètodes quantitius), i farem unes reflexions finals, en part, com a resposta a aquestes crítiques.

### 1.1. El paper i les aplicacions dels mètodes qualitius en les ciències socials

Els mètodes qualitius han estat **tradicionalment infravalorats en algunes de les subdisciplines de les ciències socials enfront dels mètodes quantitius**. Com que aquests últims disposen de pautes de recollida i anàlisi de les dades més formals i estandarditzades, poden semblar més rigorosos i, per tant, més útils en el moment de fer recomanacions i ajudar a dissenyar polítiques socials. No obstant això, per a afrontar moltes preguntes de recerca sovint és inadequat l'ús de tècniques quantitatives.

Els mètodes quantitius en ciències socials són molt utilitzats en la recerca acadèmica que s'orienta cap a la producció científica (per exemple, en la publicació de revistes científiques de l'àrea, especialment internacionals). Per con-

#### Lectura recomanada

**P. Willis (1988).** *Aprendiendo a trabajar. Cómo los chicos de la clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Madrid: Ed. Akal, 1978.

Aquesta recerca és emblemàtica en l'ús combinat de tècniques qualitatives. Durant dos anys i mig, l'autor va estudiar la transició de l'escola al món laboral de dotze nois de classe treballadora d'una ciutat obrera anglesa mitjançant l'aplicació de l'observació participant, entrevistes qualitatives i grups de discussió.

tra, els mètodes qualitatius, tot i ser utilitzats en el món acadèmic, gaudeixen d'un estatus de menys "rigor", però, en canvi, se'n fa un ampli ús en la recerca aplicada i més propera a la realitat social.

Els mètodes qualitatius són útils quan és crucial captar el significat, el procés i el context dels fenòmens socials.

Concretament:

- Aquests mètodes són apropiats quan l'objectiu de la recerca és l'experiència subjectiva i el **significat** que cada persona li dona. Per exemple, és primordial el punt de vista dels actors implicats en una recerca sobre l'eficàcia d'una determinada política pública. En aquest cas, les entrevistes als polítics, tècnics i grups d'interès que han participat en el procés d'elaboració i implementació, i també als beneficiaris de la política, serien fonamentals.
- Els mètodes qualitatius són apropiats per als estudis dels **processos socials i del funcionament de les organitzacions**. Per exemple, volem conèixer per què hi ha gent que entra a formar part de bandes de carrer. En aquest cas, és possible que l'observació participant sigui la forma més efectiva de tenir una idea de quines són les motivacions que mouen els individus i les concepcions de la realitat per mitjà de les quals interpreten el món. Un altre exemple seria un estudi que volgués analitzar el funcionament intern d'algun departament d'una administració de justícia o d'una unitat de la policia, és a dir, conèixer-ne els problemes, les interaccions entre els funcionaris i les seves necessitats. En aquest cas, les tècniques d'entrevista en profunditat amb els funcionaris ens serien molt útils per a descobrir el funcionament d'aquesta organització.
- Els mètodes qualitatius paren especial atenció als factors ambientals, ja que situen les actituds i comportaments dels entrevistats tant en el **context** de la pròpia biografia com en el de la seva situació social. Per exemple, l'observació participant, l'entrevista en profunditat o les històries de vida son eines clàssiques per a entendre el fenomen de la nova immigració de països dels sud i les dificultats d'adaptació en el nou entorn.

En quines àrees concretes s'utilitzen els mètodes qualitatius en ciències socials?

#### Necessitats tècniques

A més, molt sovint els mètodes qualitatius es fan servir quan no n'hi ha dades de cap tipus o quan no s'han fet estudis sobre el tema que s'ha d'investigar i, per tant, no hi ha teories o hipòtesis ben establertes. En aquests casos cal començar la recerca d'una manera més inductiva i exploratòria. També cal tenir en compte que la recerca quantitativa requereix molts recursos (temps, diners) per a poder fer-se. La recerca qualitativa pot ser una forma més eficient d'obtenir informació rellevant d'un fet social relativament desconegut.



Els mètodes qualitatius es fan servir tant en l'estudi d'individus, com de grups i d'organitzacions formals i informals. Quan les condicions o el comportament s'han d'estudiar en situacions naturals, la recerca quantitativa és normalment el millor enfocament.

Entre d'altres, es pot destacar el paper que tenen en els estudis d'elits, grups de pressió, polítics o funcionaris, o els estudis organitzatius sobre el funcionament intern dels grups socials, o de les estructures institucionals o administratives, i també en l'àrea dels estudis de polítiques públiques i gestió pública. Una de les lectures associades a aquest material didàctic mostra l'aplicació dels grups de discussió en l'avaluació d'un servei cultural.

## 1.2. Crítiques clàssiques als mètodes qualitatius

Segons Devine (1997) les principals crítiques als mètodes qualitatius vénen de les posicions positivistes i, especialment, si els comparen amb els mètodes quantitativs. Entre altres, podem esmentar les següents:

1) **La manca de fiabilitat.** Això té a veure amb la manera de dissenyar i produir la mostra d'anàlisi. En els mètodes quantitativs, el procés de recollida de dades per excel·lència és l'enquesta. S'intenta que sigui representativa de la població que s'ha d'estudiar, i per això, es para una especial atenció en el procés de selecció dels entrevistats. Per contra, en la investigació qualitativa, com que se centra en explicacions i interpretacions que fan els membres dels grups o comunitats no és desitjable ni factible entrevistar moltes persones d'una mostra representativa. A més, la selecció de les persones que s'han d'entrevistar o han de participar en una discussió de grup o *focus groups* és molt més flexible. Tot i així, hi ha una certa preocupació pel mostreig, pels possibles biaixos i per la influència que pot tenir la mostra en la interpretació posterior. En els mètodes qualitatius en què es fa servir la selecció d'entrevistats, el procés és fonamental. Per tant, cal tenir en compte que és crucial explicar com s'ha fet la selecció en les entrevistes en profunditat o en els grups de discussió.

2) **L'anàlisi i interpretació de les dades: els problemes de validesa.** Una altra crítica clàssica dels positivistes als mètodes qualitatius és que la interpretació del material que s'ha recollit sovint pateix de manca de validesa. Per exemple, en el cas de la interpretació de la informació recollida en entrevistes o grups de discussió, és durant la lectura de les transcripcions, que se'n fa molt cops, quan sorgeixen les qüestions principals ja que és un procés d'elaboració continu fins a crear l'argument general. En la pràctica, això es fa intercalant paràgrafs, i per tant, és difícil veure el context en què s'han dit segons quines afirmacions o idees. Per a intentar evitar una descontextualització de la informació recollida, a vegades els investigadors arriben a interpretacions consensuades, per exemple, en el grups de discussió. Però per norma s'ha d'intentar fer la interpretació de les dades tan explícitament com sigui possible, fer justícia al context.

### Lectures recomanades

**I. Crespo** (dir.) (2002). *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto. Las elecciones generales de 2000 en España*. València: Tirant lo Blanch.

En aquest llibre es fa una recopilació de diversos mètodes per estudiar les campanyes electorals. Entre d'altres, s'explica l'aplicació de les entrevistes qualitatives, els grups de discussió i l'anàlisi de contingut.

**Rodgers, D.** (2004). "Haciendo del peligro una vocación: la antropología, la violencia, y los dilemas de la observación participante". *Revista Española de Investigación Criminológica* (núm. 3, pàg. 1-24).

### La validesa en els mètodes qualitatius

Una manera de comprovar la validesa dels nostres resultats és veure si utilitzar mètodes diversos (per exemple, entrevistes en profunditat i grups de discussió) fa que trobem discursos semblants o redundants.

**3) La manca de generalització.** Al contrari del que passa amb l'anàlisi de dades quantitatives, els mètodes qualitatius són molt cautes a l'hora de generalitzar els resultats. La raó és que no es pot inferir d'un nombre reduït de casos al conjunt població, i això comporta una manca de generalització dels resultats. Especialment enfront de mètodes quantitius, considerats representatius i fiables, i les dades dels quals permeten generalitzacions. Per a pal·liar això es poden dissenyar recerques qualitatives que facilitin la comprensió de situacions. També els resultats dels estudis qualitatius poden ser corroborats amb altres estudis quantitius per a trobar regularitats i variacions. I de fet, els resultats de recerques qualitatives freqüentment són la base de posteriors recerques quantitatives, de les quals sí que es poden fer generalitzacions.

En el fons **totes aquestes crítiques al mètode qualitatiu estan lligades a una determinada posició epistemològica.** És l'antic debat entre els positivistes i els relativistes (o defensors del paradigma interpretatiu), i sobre les similituds i diferències metodològiques entre ciències naturals i socials.

El **positivisme** considera que la realitat empírica és essencialment exterior al treball del científic, i l'observació empírica és la forma de comprovar la validesa de les teories. El mètode científic consisteix en controlar el biaix mitjançant mètodes de recollida imparcials, i els objectius que persegueixen són l'explicació, la generalització i la predicció. Ara bé, el **relativisme o paradigma interpretatiu** també és molt crític amb el positivisme, nega que hi hagi una realitat externa: la realitat és construïda socialment, i no hi ha una ciència racional objectiva que pugui establir veritats universals. Les teories no poden ser comprovades amb l'observació i l'experimentació. Totes les teories són interpretacions del món igualment vàlides. El paper de la ciència és donar explicacions causals sobre el món que descriguin els processos observables i no observables. Explicar implica també descriure i entendre.

Aquesta posició epistemològica, **el paradigma interpretatiu o relativisme, s'associa amb els mètodes qualitatius.** Posa èmfasi a comprendre els motius i interpretacions de les persones, descriure el context en el qual viuen, entendre les actituds. Explicar implica comprendre i interpretar les accions, més que establir lleis generals sobre el comportament.

En tot cas, els problemes de la metodologia qualitativa quant a la fiabilitat, validesa i generalització de les dades es podrien solucionar amb un tractament i una recollida de dades més sistemàtica i acurada, que precisament tingués present les regles de la inferència científica. El recents desenvolupaments de la metodologia qualitativa tenen molt en compte la importància de la sistematització i la recollida acurada i controlada de les dades.

Per acabar, hem de dir que la distinció entre mètodes qualitatius i quantitativs no hauria de ser molt rígida, perquè no són mètodes que s'exclouin, fins i tot es poden utilitzar de manera complementària. El que és essencial és saber si la selecció del mètode és l'adequat per a la recerca que ens plantegem.

#### Lectura recomanada

Recomanem les indicacions sobre aquesta qüestió de Carles Riba (2007) en el capítol "La qualitat de les dades en la investigació qualitativa" dins del llibre *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament* (pàg. 269-320). Barcelona: UOC.

#### Lectura recomanada

De fet, actualment els estudis que fan servir els dos tipus de metodologia es consideren més complets. Sobre aquesta qüestió, vegeu J. Creswell (2009). *Research Design: Quantitatives, qualitative and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage. Creswell, 2012.

## 2. Les tècniques qualitatives

### 2.1. L'observació participant

La característica fonamental de l'observació participant és el rol actiu de l'investigador en la interacció amb els actors. Situada clarament en el marc del paradigma interpretatiu, aquesta tècnica qualitativa és, d'una banda, **observació**, en tant que implica escoltar i, de l'altra, **participació**, en tant que el contacte personal i intens entre el subjecte que s'ha d'estudiar i qui fa la recerca. L'investigador o investigadora té un rol actiu, s'immergeix en el context social que vol estudiar per comprendre'l.

#### L'observació participant

L'observació participant s'utilitza quan es vol prioritzar el punt de vista dels actors implicats.

Els elements característics de l'observació/participació són els següents:

- L'observació l'ha de fer l'investigador. Es produeix la immersió de l'investigador en l'escenari social d'interès.
- El període de participació del grup estudiat ha de ser relativament llarg (entre alguns mesos fins a un any o més).
- L'observació es fa en el context del grup. S'observa la gent en l'entorn habitual, es participa en les activitats, etc. La vida quotidiana es converteix en el mitjà natural on es fa la recerca.
- L'investigador no es limita a observar des de fora, també interactua amb la persona que estudia.
- La finalitat és descriure i comprendre.

Les limitacions principals de l'observació participant són:

- La subjectivitat de l'investigador. En aquest tipus de recerca l'investigador és l'instrument principal, ja que per les percepcions que té es filtra tot l'estudi.
- No podem generalitzar més enllà del cas estudiat.

#### Lectura complementària

O. Guasch (1997). *Observación participante*. Madrid: CIS.

- La no-possibilitat d'estandardització del procés utilitzat. És a dir, és molt difícil la replicabilitat. Cada estudi d'observació participant és únic i irrepetible.
- El cost en temps i en recursos psicològics. Normalment l'observació pot durar mesos o anys, i l'investigador pot arribar a sentir-se aïllat (especialment en contextos molt diferents o difícils).

### 2.1.1. El desenvolupament de la tècnica i els camps d'aplicació

Aquesta tècnica té el seu **origen en l'antropologia**. En concret en l'estudi etnogràfic de Malinowski fet a principi del segle XX a l'illa de Nova Guinea, on va viure amb els nadius per períodes de fins a un any. L'observació participant sovint es combina amb alguna altra tècnica qualitativa, com l'entrevista en profunditat o els grups de discussió.

Els camps d'aplicació de l'observació participant són molt variats. Per començar, és una tècnica molt útil **quan se sap poc d'un determinat fenomen** polític o social, per exemple, un nou moviment social o un succés imprevist. També quan es vol estudiar una subcultura com podria ser un grup ètnic o un determinat col·lectiu professional. Aquests **estudis de subcultures** es van iniciar als anys trenta en l'estudi de cultures diverses i alternatives a la cultura dominant. Un clàssic de l'observació és l'estudi de Whyte, un estudiant de doctorat de Harvard que en el període de 1936 a 1937 va viure en un barri marginal de Boston i es va introduir en una banda juvenil per estudiar el crim organitzat a petita escala.

Altres situacions en què l'observació participant pot ser la tècnica adequada és quan l'objecte d'estudi és de **difícil accés** o, fins i tot, quan està fora de la legalitat vigent, per exemple, en els casos de les sectes religioses, la prostitució, la immigració clandestina o el tràfic de drogues. També és una tècnica adient en aquells casos –els anomenats **estudis de comunitat**– en què ens voldrem apropar a la forma de vida de comunitats petites o aïllades. Aquests estudis estan molt lligats als estudis etnogràfics i normalment es duen a terme en petites comunitats socials i s'hi viu per un temps.

Finalment, un altre camp d'aplicació a partir dels anys seixanta és l'**etnografia organitzativa**, per exemple, estudis d'organitzacions com sindicats o partits polítics. Aquí s'estudien les xarxes i els valors d'una organització, les estructures de poder o les relacions interpersonals. La finalitat és observar la realitat interna de les organitzacions tant des del punt de vista formal com informal.

En aquest marc l'observació participant s'ha fet servir per a estudiar les **institucions polítiques** més formals. Exemples clàssics de la ciència política són les recerques de Dahl (1961), Polsby (1971) i Wolfinger (1974) sobre la democràcia i el poder en una ciutat nord-americana (New Haven) amb la finalitat d'observar "qui governa" realment en els diferents àmbits de la política local. En l'estudi van utilitzar diverses tècniques qualitatives, entre les quals es pot esmentar l'observació participant. En concret, Wolfinger va passar-se un cert període de temps al despatx de l'alcalde (un cop va obtenir l'autorització necessària) i va observar com es prenen les decisions, com es configurava l'agenda política, les interaccions entre els treballadors i els col·laboradors de l'alcalde, etc. Un altre exemple interessant de l'ús d'aquest tipus d'observació són les dues obres del sociòleg Jim Aho (1994, 1990), on estudia l'odi d'un grup d'extrema dreta, els Patriotes Cristians d'Idaho, per a esbrinar quin tipus de persones s'hi enrolen, com hi entren i com en surten. Un altre cas interessant és l'estudi de Mark Hamm (1993) en relació amb els caps rapats (*skinheads*) americans.

### 2.1.2. El rol de l'investigador: l'observació oberta o encoberta, l'accés

En l'observació participant, la interpretació és subjectiva i personal. Per tant, l'investigador ha d'intentar **mantenir l'equilibri entre una excessiva distància que l'impedeixi la comprensió i la immersió completa**, que també pot ser un obstacle.

Una decisió important és fer explícit o no el paper d'observador. És a dir, que l'observació sigui declarada, dir que hi ha algú que observa, o encoberta, fer veure que s'és un més sense dir que s'hi fa una recerca.

En l'**observació declarada**, o d'estratègia oberta, l'investigador negocia i pacta la seva presència. No sempre és la millor opció, dependrà de l'objecte que s'estudia. La principal justificació per a defensar l'**observació encoberta** o d'estratègia tancada és que qui és observat, si ho sap, tendeix a comportar-se de manera diferent. Si no ho sap, podem observar-lo de manera més natural, permet capturar d'una manera més genuïna com es comporta la gent. Però això també comporta certs problemes o contradiccions. La primera és de caire moral, ja que és difícil mentir encara que l'objectiu sigui just. La segona és el risc de ser descobert o no saber què fer en situacions de conflicte. I això comporta obstacles en la recerca: entre d'altres, les preguntes massa explícites poden ser difícils de fer. També és difícil de mantenir l'anonimat com a investigador quan s'hi porta temps, ja que cada vegada la immersió en la dinàmica del grup és més profunda. Des d'aquest punt de vista, l'observació declarada té dos avantatges: un és que afavoreix la protecció i comoditat de l'investigador perquè el grup observat pot amagar-li informació o planteja-

#### Lectura recomanada

R. Dahl (1961). *Who Governs? Democracy and power in an American city*. New Haven: Yale University Press.

#### La dificultat de ser neutral

Una de les finalitats de l'observació participant és reduir la distància entre l'observador i els observats. Però això implica un dilema: no assegura la neutralitat.

#### Relacions amb el grup

Durant l'observació participant és crucial tenir unes bones relacions amb el grup que s'està estudiant, per així aconseguir obtenir la informació. Per això, l'investigador ha de seguir les regles del grup i mantenir-s'hi coherent.

ments per evitar que l'investigador passi per situacions conflictives. L'altre és que també l'investigador es pot negar a participar en certes activitats. Però amb aquestes precaucions es perd molta informació valuosa.

Quan l'**ambient observat** és **públic**, obert, no és necessari dir què s'hi observa, per exemple, si s'està observant el míting d'una campanya o una manifestació. En general, quan el grup estudiat és un grup **privat**, extern a l'experiència de l'investigador, i només accessible si un compleix determinats requisits, és millor que l'investigador expliciti les motivacions per a participar-hi. En qualsevol cas, decidir si l'observació és declarada o encoberta dependrà de cada recerca concreta.

Un altre aspecte que hem de tenir en compte en l'observació participant és l'**accés** al lloc i a la situació que volem investigar. Si l'accés és difícil ens caldrà buscar un **mediador cultural** que sigui respectat en el si de la comunitat i que a més pugui entendre l'interès de la recerca.

Un cop aconseguit l'accés, és important aconseguir informadors, i tenir una relació personal amb ells. Els **informadors** són persones que es troben en situacions estratègiques i que ens poden aportar informació o contactes substancials per a la nostra recerca. Generalment estan en posició de lideratge. Cal distingir entre els informadors institucionals i els no institucionals o informals.

#### Els informadors

És important aconseguir informadors o interlocutors que ens permetin entendre el sentit de l'actuació dels observats, moure'ns amb més facilitat, participar amb ells en la vida quotidiana.

### 2.1.3. Què observar

Com que la realitat és molt complexa, cal saber discriminar i observar de manera selectiva. La base del que hem d'observar la trobaríem en recerques prèvies i en la teoria, però cal tenir en compte que en aquest tipus de tècnica l'investigador decideix molt durant la realització mateixa de l'observació.

Qui investiga, tot i tenir idees prèvies respecte al seu objecte d'estudi, depèn de la informació recollida en el camp per a definir el problema social que analitza. En conseqüència, depenent de les primeres observacions i experiències la recerca pot canviar.

És una de les tècniques més flexibles en aquest sentit. Corbetta (2003) fa algunes propostes sobre què observar:

- **El context físic.** Cal observar amb atenció la conformació estructural dels espais en els quals es desenvolupa l'acció social estudiada. Les característiques físiques són quasi sempre expressió de característiques socials.

- **El context social.** Aquí cal descriure l'ambient humà. Especialment al principi s'ha de ser molt descriptiu en els detalls.
- **Les interaccions formals.** Per interaccions formals entenem aquelles que tenen lloc entre els individus dins de les institucions i les organitzacions, en les quals les funcions estan preestablertes i les relacions es desenvolupen en un marc de vincles prefixats.
- **Les interaccions informals.** En la majoria dels casos, les interaccions informals constitueixen l'element central de l'observació participant. L'observador ha de ser conscient de tots els fragments de vida quotidiana, i ha de saber observar-los i aïllar-los. També ha de saber captar les interaccions de les persones que observa.
- **La interpretació dels actors socials.** Aquí cal definir els conceptes clau des del punt de vista dels actors implicats en la realitat social estudiada. N'hi ha molts, tants com realitats. La interacció verbal és el canal privilegiat de la interpretació. La pregunta incorporada en la conversa informal amb els actors és una eina bàsica, i si és necessari es poden fer també entrevistes més formals.

#### Conceptes clau

Un dels objectius centrals de l'observació participant és definir els conceptes clau des del punt de vista dels actors implicats en la realitat social que s'estudia.

#### L'entrevista

En l'observació participant es fa un ampli ús de l'entrevista qualitativa.

### 2.1.4. L'enregistrament de l'observació: el diari de camp

L'enregistrament de les dades observades adopta la forma de redacció d'apunts diaris. És el que s'anomena **diari de camp**. Aquest és el material fonamental de l'observació, on s'escriu tot el que s'ha observat al llarg del dia, tant detalls com comentaris personals.

Segons Corbetta (2003) les notes quotidianes de l'investigador neixen de la interacció entre l'observació i la realitat observada. Consten essencialment de dos elements: d'una banda, la **descripció** dels fets, dels successos, dels llocs i de les persones; i de l'altra, la **interpretació** que l'investigador dóna a aquests fets, com són les seves impressions, reaccions, etc. Corbetta considera també que l'acte del registre del diari de camp es caracteritza per tres aspectes fonamentals:

- 1) **Quan.** Cal portar el diari sempre i escriure els fets que s'han observat tan aviat com sigui possible per a ser molt precís. És important fer-ho aviat perquè si passa molt temps es pot perdre l'exactitud d'aquells detalls interessants.

#### Una curiositat: el diari més popular

El *Diari d'Ana Frank* és un dels diaris més famosos de la història. Relata les experiències de l'autora, una jove jueva, amagada en un edifici conjuntament amb altres set persones, entre 1942 i 1944, durant l'ocupació nazi d'Holanda. L'interès més gran deriva del valor que té com a testimoni de les relacions grupals en condicions de pressió i intimidat.



Es recomana que l'investigador vagi sempre amb un quadern per a anotar aquells aspectes importants que després desenvoluparà. Pot ser el mateix diari de camp.

2) **Què.** Les notes han d'incloure la descripció dels fets, la interpretació de l'investigador i les interpretacions dels subjectes estudiats. Haurem de fer una selecció perquè no es pot escriure tot. Normalment al principi s'escriu amb molt detall tot tipus de fets i situacions, i després se centra en aquells aspectes fonamentals per a la recerca, i que potser s'han anat descobrint en el transcurs de l'observació.

3) **Com.** És important diferenciar tres components: les descripcions, les interpretacions de l'observador i les interpretacions dels actors estudiats. També cal diferenciar les reflexions teòriques de les reaccions emotives. I també atribuir l'autoria de cada afirmació. En cas que es facin entrevistes es pot portar gravadora, però s'ha de tenir en compte que hi treu espontaneïtat.

Com a exemple teniu un fragment d'un diari de camp. El fragment de diari correspon a la tesi doctoral del sociòleg Diego Torrente, que va fer observació participant per a estudiar la policia local d'una gran ciutat de l'àrea metropolitana de Barcelona. El fragment correspon a una jornada d'observació participant amb la policia:

"25 octubre: Hoy ha sido mi primer patrullaje de noche. He salido con el agente Recasens y con el cabo Eusebio. La jornada ha sido agradable y ellos han estado amables y sinceros. Hemos tomado el servicio en Victor-O y nos hemos dirigido a Alpha-30 para coger un coche sin mampara. Ya en el coche hemos iniciado la ruta. Por la noche hay cinco patrullas para toda la ciudad, y los dos cabos se reparten las zonas en norte y sur, aunque en la práctica ambos la recorren por entero. Al principio estaban preocupados de que 'no saliera nada' pues creían que yo estaba deseoso de actividad policial, e intentaban darme explicaciones: 'Es que ya es final de mes y la gente no tiene dinero. No es normal que pase esto un viernes a la noche. Quizás haya algo en Barcelona'. Mientras repostábamos combustible el cabo comentó en un tono grave y firme: 'Mucha gente daría dinero por subir a un coche patrulla'. Le dije que se veían muchas películas policíacas en televisión y que se tenía una imagen heroica y aventurera. Convinimos que esta imagen era falsa."

Guasch (1997, pàg. 50)

### 2.1.5. L'anàlisi del material empíric

L'anàlisi del material empíric passa normalment per les següents fases (Corbetta, 2003): descripció, classificació, identificació de les dimensions de les tipologies i construcció de les tipologies mateixes (o tipus ideals). La manera més general d'analitzar el material empíric és la identificació de temes culturals que caracteritzen la societat o grup estudiat.

#### Lectura complementària

J.M. García Jorba (2000). *Diarios de campo*. Madrid: CIS.

Ara bé, no hi ha normes estandarditzades. Per tant, l'anàlisi depèn molt de la capacitat interpretativa de l'investigador. L'anàlisi és un procés continu que es desenvolupa durant l'observació mateixa. A l'hora de fer l'anàlisi s'haurà de seleccionar la informació i és important que tingui un fil argumental.

**Notes**

Les notes que hem pres en el nostre diari de camp són les dades brutes. És el material bàsic per a l'anàlisi posterior.

Segons Brunet i altres (2002) l'estructura de l'informe o anàlisi podria tenir el següent format:

**a) El context.** Normalment es comença per la descripció (rica en detalls i utilitzant tot el material disponible), que comporta una interpretació implícita del fenomen que s'ha d'estudiar. El context comprèn antecedents històrics, marc geogràfic, conjunt demogràfic, ambient social, etc.

**b) Els àmbits d'interès.** Fase narrativa en què es descriu la informació que s'ha recollit durant l'observació.

**c) Vinyetes narratives.** El punt anterior es complementa amb les vinyetes narratives que donen sentit a l'informe: poden ser citacions, resums d'entrevistes, petites històries.

**d) La interpretació.** Són els comentaris interpretatius de l'observador que descriu la situació general i el context, i intenta descobrir el significat de l'observació. Aquí es pot fer ús de classificacions (que poden ser seqüències temporals, els comportaments que es repeteixen, els diferents tipus de funcions, rols o actituds que s'han observat) i de les tipologies. Es dona un sentit més teòric a la recerca.

## 2.2. L'entrevista en profunditat

L'entrevista en profunditat o qualitativa és **una conversa provocada per l'entrevistador** dirigida a un nombre considerable de subjectes (escollits a partir d'un pla de recerca) que té una finalitat de tipus cognoscitiu i està guiada per l'entrevistador sobre la base d'un esquema flexible i no estandarditzat d'interrogació (Corbetta 2003, pàg. 368).

Algunes **característiques fonamentals** de l'entrevista qualitativa són les següents:

- La finalitat és la comprensió de la realitat que volem explicar.

**Perspectiva**

L'objectiu de l'entrevista qualitativa és accedir a la perspectiva del subjecte estudiat.

- Es vol conèixer la manera de pensar de la gent, el que és prioritari és la veu de la persona entrevistada.
- Es deixa a la persona entrevistada lliure, amb llibertat d'expressió per conèixer les motivacions, actituds i raonaments més profunds.
- És una entrevista guiada però no tancada, en la qual qui fa d'entrevistador estableix el tema i controla el desenvolupament de l'entrevista per a complir els objectius de la recerca.

Les **limitacions** o **diferències** de l'entrevista en profunditat respecte de l'enquesta quantitativa són:

- Enfront de l'enquesta quantitativa que es fonamenta en entrevistes molt estructurades, que para molta atenció en l'elaboració del qüestionari perquè no hi hagi biaixos, les entrevistes qualitatives es caracteritzen per guions d'entrevista oberts que sondegen l'entrevistat i, per tant, **tenen més possibilitats de biaixos en la recollida de dades**.
- **Absència de mostra representativa** des del punt de vista estadístic. El criteri de representativitat és només substantiu.
- La perspectiva es focalitza en el **subjecte**, no com en l'enquesta, que se centra en les variables.
- **Absència d'estandardització**. S'intenta que no hi hagi condicionaments preestablerts. Això implica que és difícil quantificar les motivacions, i també fer comparacions i síntesis, en definitiva, generalitzar.

#### Lectura complementària

M.S. Valles (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS.

L'enquesta és útil quan volem mostrar tendències o generalitzar i estudiar les pautes de distribució d'un fenomen. En canvi, l'entrevista qualitativa és molt adient quan volem aprofundir en la comprensió d'un fenomen, individualitzar les raons d'una determinada pregunta de recerca.

### 2.2.1. Tipus d'entrevista qualitativa

Segons els nivells de flexibilitat trobem diversos tipus d'entrevista qualitativa. Els **criteris de flexibilitat** fan que hi hagi diferències en el grau d'estandardització, el grau de llibertat i les constriccions de l'entrevistat i l'entrevistador. Corbetta (2003) n'assenyala tres tipus:

1) **Entrevista estructurada.** Entrevista en format de qüestionari que té preguntes obertes i tancades. S'utilitza quan es vol aconseguir un cert nivell d'estandardització. A tots els entrevistats se'ls fa les mateixes preguntes amb la mateixa formalització i el mateix ordre. Seria un tipus de qüestionari de preguntes obertes. En certa manera, aquest tipus està a mig camí de l'enquesta quantitativa i l'entrevista qualitativa. No permet molta flexibilitat. Es fa servir en casos en què la problemàtica que s'ha d'estudiar conté moltes dimensions complexes difícils de sintetitzar o quan l'entrevistat està poc acostumat al llenguatge abstracte (persones grans, sense estudis). Sovint s'utilitza l'entrevista estructurada quan el disseny de la recerca preveu que s'entrevistarà a un alt nombre de persones i això implica un equip nombrós d'entrevistadors. En aquests casos, cal limitar el grau de subjectivitat de l'entrevistador perquè si no es faria molt difícil l'anàlisi posterior.

2) **Entrevista semiestructurada.** L'entrevistador disposa d'una pauta o guió amb els arguments que vol tocar al llarg del transcurs de l'entrevista. Això pot ser a diferents nivells: preguntes més concretes, un cert ordre lògic en el desenvolupament de les preguntes, etc. Es busca certa precisió per a ajudar a l'entrevistat en temes més delicats. El guió estableix l'ordre i formulació de les preguntes, i també si es vol aprofundir més en algun tema. Aquest tipus d'entrevistes dóna molta llibertat tant a l'entrevistat com a l'entrevistador, i garanteix al mateix temps que es tocan tots els temes importants. A més, l'entrevistador és lliure per a desenvolupar temes que vagin sorgint al llarg de l'entrevista.

3) **Entrevista no estructurada.** L'entrevistador dirigeix l'entrevista però no hi ha preguntes establertes, només se sap que es parlarà sobre un tema específic. L'entrevistador controla que l'entrevistat no fugi cap a temes no rellevants. És important, com que no hi ha preguntes establertes, l'habilitat del qui fa l'entrevista d'estimular l'entrevistat. És vital aconseguir un bon nivell d'empatia entre tots dos. L'entrevistador té com a únic objectiu treure els temes que vol tocar, però sempre ha de deixar molt marge de quins sortiran finalment en la conversa i quan. Per tant, cada entrevista d'una mateixa recerca serà molt individualitzada.

L'elecció del tipus d'entrevista depèn dels objectius de la investigació i de les característiques del fenomen que s'ha d'estudiar.

#### Lectura recomanada

F. Devine (1992). *Afluent Workers Revisited: Privatism and the Working Class*. Edimburg: University Press.

Es un exemple de l'ús d'entrevistes en les ciències socials. En aquesta recerca l'autora va fer seixanta-dues entrevistes en profunditat a treballadors (i les seves dones) de la fàbrica de cotxes Vauxhall de Luton. L'objectiu principal era examinar-ne les actituds sociopolítiques i les preferències electorals, especialment en relació amb el partit laborista britànic.

#### Entrevistes a observadors privilegiats

Són les entrevistes a persones que són experts o coneixen molt bé un fenomen, del qual tenen una visió profunda i directa que els col·loca en una visió privilegiada d'observació. Per exemple, periodistes especialitzats, professors universitaris, etc. En aquests casos, les entrevistes són molt heterogènies i no comparables, i s'utilitza l'entrevista no estructurada.

### 2.2.2. La selecció dels entrevistats i el contacte previ

Com explica Valles (2002), tant en les entrevistes en profunditat com en els grups de discussió (que veurem en el pròxim apartat), la mostra dels entrevistats no pretén ser una representació estadística, sinó la **representació tipològica, socioestructural**, corresponent als objectius de l'estudi.

La selecció dels entrevistats es fa segons un **pla sistemàtic de recollida de dades**. Les persones que s'han d'entrevistar s'escullen perquè compleixen determinades característiques (han viscut determinades experiències, tenen certs trets sociodemogràfics o actitudinals, etc.). Se seleccionen de manera més flexible que en el cas de l'enquesta quantitativa.

En general, es fan **taules tipològiques**, que resumeixen el perfil de la mostra per les característiques principals i ajuden l'investigador a controlar i garantir mínimament l'heterogeneïtat de la mostra. Per a fer-ho, cal una aproximació a l'objecte d'estudi mitjançant les fonts disponibles (estadístiques del cens, enquestes, estudis previs), i la pròpia experiència i imaginació de l'investigador (Valles, 2002). Perquè vegeu un exemple pràctic, us reproduïm les taules de la mostra d'un estudi qualitatiu del Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) sobre el comportament electoral dels espanyols en les eleccions legislatives de 2000:

Distribució operativa d'una mostra d'entrevistes per a un estudi qualitatiu del CIS sobre el comportament electoral dels espanyols (2000)						
		Madrid	Barcelona	A Corunya	Sevilla	Bilbao
Votants PP 2000	22-29 anys	1	1	1	1	1
	30-44 anys	1	1	1	1	1
	45-59 anys	1	1	1	1	1
	60 o + anys	1	1	1	1	1
Votants PSOE, IU, Abstencionistes 2000	22-29 anys	1	1	1	1	1
	30-44 anys	1	1	1	1	1
	45-59 anys	1	1	1	1	1
	60 o + anys	1	1	1	1	1
Total		8	8	8	8	8

En el cas dels votants PSOE, IU i abstencionistes (en total vint entrevistes) es va seguir la distribució: votants PSOE: 10, votants IU: 5, abstencionistes: 5.  
Font: *Estudi Qualitatiu sobre el Comportament Polític dels Espanyols* (CIS, juny 2000).

Habitualment són mostres de com a mínim trenta o quaranta persones, però pot variar segons la recerca. El nombre d'entrevistes ha de permetre inferir informacions generalitzables a una població més extensa (encara que no es busca la representativitat en sentit estadístic).

**Nombre d'entrevistes**

El nombre d'entrevistes varia en cada recerca. El mínim normalment són entre trenta i quaranta, però en alguns casos s'arriba a fer-ne cent o més.

Quant a **la selecció i el contacte de les persones que s'han d'entrevistar** sovint s'utilitzen mecanismes informals per a trobar les persones amb els perfils adients. La selecció també es fa tenint en compte el rol o importància que tenen per a la nostra recerca. Per exemple, si estudiem l'impacte de les campanyes electorals, intentàriem entrevistar els responsables de les campanyes dels principals partits o els periodistes que han seguit la campanya. La selecció de les persones es fa a vegades mitjançant el **mètode de la bola de neu**: un entrevistat cita altres possibles candidats i així successivament. És important controlar que això no pugui comportar biaixos importants. Com en qualsevol recerca qualitativa és fonamental explicar com se n'ha fet la selecció.

Les entrevistes normalment es programen amb una **cita prèvia**. Una vegada escollida la mostra i seleccionats els individus que han de ser entrevistats, és convenient presentar l'entrevistador enviant una nota que anunciï la seva visita i expliqui els motius de l'entrevista.

Les feines de contacte i presentació adquireixen especial rellevància, a causa de la durada de les entrevistes. Hem de tenir en compte el perfil, ocupació, etc. de les persones que s'han d'entrevistar per fer-nos una idea de quin és el millor moment per a entrevistar-les. Ens interessa trobar-les en un clima relaxat, que tinguin temps per a fer l'entrevista.

### 2.2.3. La realització de l'entrevista

La realització és la part més difícil de l'entrevista, cal **fer parlar** l'entrevistat i això no sempre és fàcil a causa dels límits temporals existents. Cal aconseguir que hi hagi un flux constant en el qual l'entrevistador es limiti a escoltar i a guiar l'entrevistat.

Durant la realització de l'entrevista la relació entrevistador/entrevistat és molt propera. L'entrevistador té un rol actiu, amb un nivell de participació alt per a generar confiança (per tant, és molt important mostrar-se neutral, no dominant, etc.). A diferència de l'enquesta quantitativa, aquí l'impacte de l'entrevistador és clar. La **conversa és guiada**, l'entrevistat estableix l'argument i controla el desenvolupament per la finalitat de la recerca. Com diu Corbetta (2003), és difícil donar regles generals de com s'ha de fer una entrevista, però us comentem algunes pautes:

**Les qualitats d'un bon entrevistador**

Un bon entrevistador hauria de reunir les qualitats següents: capacitat de comunicació, capacitat d'empatia i d'objectivitat en la recerca. Cal una preparació prèvia mínima, tan àmplia com sigui possible.

- Abans de començar l'entrevista cal donar a l'entrevistat una **explicació preliminar**. Això és menys difícil que en l'enquesta per què l'entrevistat coneix el que farà. Fer-li entendre el que volem d'ell o ella. Li hem d'explicar per què l'hem escollit, per què li farem preguntes personals si es dona el cas, li hem de dir que gravem l'entrevista, etc.
- Normalment al principi de l'entrevista es fan **preguntes primàries** que serveixen d'introducció al tema, i també per a veure el nivell de coneixement de l'entrevistat sobre el tema en qüestió. Alguns parlen de l'inici com l'**escalfament**.
- Després es passa a les **preguntes secundàries**, que tenen la funció d'articular i aprofundir l'argument. Normalment, les preguntes més difícils o conflictives se situen al mig (o cap al final) de l'entrevista.

Algunes eines o pistes que cal tenir en compte poden ser:

- Fer preguntes prova per sondejar el nivell de coneixença d'un tema, estimular la conversa, etc.
- Repetir la pregunta si cal.
- Demanar aclariments a l'entrevistat.
- Fer pauses, silencis, donar-li temps suficient per a pensar-se les respostes.
- Utilitzar frases de transició ("vegem ara", "molt bé", "ara podem parlar de...", etc.).
- Fer breus comentaris que ajudin a mantenir el ritme de l'entrevista.
- Repetir la resposta o fer una síntesi de les últimes respostes si volem aprofundir en algun tema concret.

#### Gravació

La majoria d'entrevistes es graven (si ens donen el vist-i-plau). Cal comentar-ho abans, i intentar que no interfereixi en la comunicació (normalment la gent se'n oblida després d'uns minuts de començar l'entrevista).

### 2.2.4. L'anàlisi del material empíric

Un cop les entrevistes s'han fet, gravat i transcrit, s'ha de fer l'anàlisi i la interpretació. La presentació dels resultats es produeix de **manera narrativa**, i sovint s'utilitzen les mateixes paraules dels entrevistats per a no alterar el material recollit. A més les síntesis i les generalitzacions es fan utilitzant classificacions i tipologies.

Els textos normalment tenen una combinació continuada d'anàlisi i explicacions, i fragments d'entrevistes. La manera més freqüent de presentar els resultats és desenvolupar el raonament, i per a donar-hi suport i explicar-lo, es reproduïx un fragment de l'entrevista.

En alguns casos, en entrevistes estructurades o fins i tot semiestructurades, es pot barrejar l'**anàlisi qualitativa i quantitativa**. Especialment en les entrevistes estructurades que fan les mateixes preguntes, es pot intentar codificar el tipus de respostes. Això es fa normalment classificant les respostes segons les categories recurrents. I a aquestes categories s'hi dona un format numèric per fer les posteriors anàlisis estadístiques. En qualsevol cas, aquesta no és la finalitat primordial de les entrevistes qualitatives i normalment aquesta opció té una finalitat complementària de l'anàlisi narrativa.

### 2.2.5. L'entrevista biogràfica en les històries de vida

Les **històries de vida** són relats autobiogràfics centrats en vivències personals. Intenten comprendre les relacions entre biografia, història i estructura social per explicar els canvis socials. Les històries de vida són molt utilitzades en sociologia, antropologia i psicologia social, però òbviament també poden ser útils en aquells estudis de caràcter històric. Per exemple, sobre la memòria col·lectiva de la guerra civil o del període de la dictadura franquista.

#### Històries de vida

Les històries de vida o històries orals s'utilitzen sovint en l'objecte d'estudi que tracta sobre el rescat de la memòria històrica.

L'**entrevista biogràfica** és una de les estratègies de recollida de dades més habituals en les històries de vida (altres opcions són els documents personals, l'observació o les autobiografies) i té moltes particularitats similars a l'entrevista qualitativa, i per això us fem una breu introducció d'aquesta tècnica en aquest apartat. Cal tenir en compte, però, que és la peça clau del **mètode biogràfic**.

#### Lectura complementària

J. J. Pujadas Muñoz (1992). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Madrid: CIS.

El mètode biogràfic parteix d'una aproximació humanista a la realitat social, que restitueix al subjecte individual el protagonisme que li correspon.



Centrant-nos en la tècnica de les històries de vida, i en concret, d'entrevistes biogràfiques, trobem, segons Pujades (1992), les següents modalitats:

**a) De relat únic:** és testimonial i, per tant, l'anàlisi és més difícil perquè tenim només aquesta font.

**b) De relats encreuats:** recopilació de relats biogràfics sobre un mateix tema de diferents persones a base d'una selecció tipològica de la mostra que segueix algun criteri específic. Permeten una generalització més gran i la generació de tipologies. Afavoreix l'acumulació des del punt de vista de la saturació, que permet la creació d'una història per mitjà de moltes precedents.

**c) De relats paral·lels:** en aquest cas s'utilitzen les autobiografies en l'estudi d'unitats socials àmplies, com podrien ser les dones catalanes de classes populars a la guerra civil, el col·lectiu d'immigrants que viu al Raval, etc.

El **procés de selecció dels participants** en les històries de vida i, en particular, l'entrevista biogràfica, es caracteritza pels següents aspectes:

- *Scouting*: és necessari passar temps parlant amb la gent abans de decidir-se per les persones que s'entrevistaran.
- Necessitat de decidir si les persones escollides estan disponibles quant a temps i a voluntat d'explicar-nos les històries.
- S'acostumen a agafar persones típiques del grup o procés que s'ha d'investigar.

L'**univers d'anàlisi** es decideix amb censos, padrons de població o fins i tot enquestes, i també amb la informació d'estudis previs. Aquesta etapa permet establir els paràmetres més significatius que caracteritzen una població o grup específic, i a partir de la selecció de variables més pertinents per als objectius de la nostra recerca, s'elabora una tipologia *ad hoc* en què s'encreuen totes les variables. Sobre aquesta base tipològica comencem a escollir sistemàticament els nostres informants i a fer entrevistes biogràfiques. Com que la exigència de temps per a fer les entrevistes biogràfiques és gran i sovint amb perfils particulars, la selecció de l'informant ideal dura a vegades mesos.

La **lògica de realització de les entrevistes biogràfiques** és molt semblant a la de les entrevistes no estructurades, però amb les següents particularitats:

#### L'observació participant

Sovint les històries de vida van acompanyades d'observació participant. Es passa molt temps amb la persona entrevistada. I també s'acostumen a fer estudis sobre el context on viuen els individus (per mitjà d'estadístiques, fonts documentals, etc.).

#### Selecció dels participants a l'atzar

En alguns casos se selecciona els biografiats a l'atzar.

Aquest va ser el cas d'un estudi del sociòleg Bertaux (1981) sobre els forners artesans a França. Bertaux va entrevistar els forners de l'àrea de París que es va trobar a l'atzar sense preocupar-se de la representativitat.

- Les entrevistes es fan diversos cops, perquè cal que l'entrevistat agafi confiança i que recordi els aspectes del passat que ens interessin.
- A vegades cal analitzar una entrevista anterior per a reprendre un tema en la següent.
- És un diàleg obert amb poques pautes.
- La funció bàsica de l'entrevistador és estimular el subjecte analitzat perquè proporcionï respostes clares, cronològicament precises, en què expliciti de la manera més extensa possible les referències a terceres persones, llocs, situacions, etc.

#### Entrevistes biogràfiques

A diferència de les entrevistes en profunditat clàssiques, el nombre d'entrevistes biogràfiques es basen en un nombre molt limitat: no acostumen a superar les dues dotzenes.

### 2.3. Els grups de discussió

Els grups de discussió o *focus group* són una tècnica de producció de dades qualitatives que es troba a mig camí entre l'observació i la pregunta (tant si és per mitjà d'enquestes d'opinió com d'entrevistes qualitatives). En concret, la tècnica consisteix a seleccionar un nombre variable de grups (entre cinc i vint) petits (entre sis i deu persones) i a partir d'aquí, organitzar col·loquis dins de cada grup. El conjunt de grups seleccionats s'acostuma a dir *bateria de grups de discussió*.

L'objectiu principal d'aquesta tècnica és replicar o reproduir de la manera més fidel possible l'entorn social dels individus, de manera que l'investigador pugui observar directament un procés social semblant al que es produeix en la vida real. A l'igual que l'observació participant, un dels principals avantatges dels grups de discussió és que permeten observar al mateix temps tant les **preferències individuals** (expressades pels integrants del grup al llarg del curs de la discussió), com el **procés d'interacció** mitjançant el qual es generen valors i pautes d'acció col·lectives.

Els grups de discussió constitueixen la **tècnica més adequada en aquells casos en què sospitem que el component de grup és molt predominant** envers la individualitat, com podrien ser els casos de decisions ètiques com el

#### Lectura complementària

W. A. Gamson (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.  
Per a aquest estudi es van fer trenta-set grups de discussió a la ciutat de Boston (EUA). L'objectiu principal era entendre com, per mitjà dels mitjans de comunicació i les xarxes personals, la gent de classe treballadora entenia l'actualitat política.

dret a l'avortament. En general, per cada grup social rellevant (per exemple, les dones catòliques de classe social baixa enfront de les professionals liberals agnòstiques en el cas de l'avortament) hi ha un **discurs de grup específic** sobre cada tema concret. En definitiva:

La tasca de l'investigador consisteix a descobrir el discurs latent a partir de la discussió en grup, i també a observar i descriure el procés de resolució de conflicte entre les actituds individuals discrepants i el discurs de grup.

### El focus-group

El *focus-group* és un tipus especial de grups de discussió on no resulta tan important el comportament i el discurs del grup, sinó que simplement es busca descobrir les percepcions, opinions o punts de vista dels participants sobre un tema.

## 2.3.1. Els àmbits d'aplicació en ciències socials

Actualment els grups de discussió s'utilitzen en diverses disciplines de les ciències. Els grups de discussió es fan servir sovint com a tècnica de producció de dades **per a generar hipòtesis inicials sobre un tema** d'investigació molt nou o controvertit sobre el qual hi ha molta incertesa o desconeixement. També **per a generar informació addicional dels discursos socials i individuals** d'un determinat tema que poden ser d'utilitat per al posterior disseny d'un qüestionari. En aquest cas, les discussions de grup ajuden a preparar el qüestionari i a dissenyar la mostra, ja que proporcionen informació ràpida i relativament econòmica sobre el llenguatge utilitzat pels diversos grups socials per a descriure determinants problemes socials, la diversitat d'opinió sobre temes controvertits, etc. Un altre camp on es fa un ús creixent d'aquestes tècniques és en l'**avaluació dels serveis públics i de les polítiques públiques**. Els grups de discussió també s'utilitzen en l'**àmbit de la recerca comercial**. Per exemple, els estudis de mercat fan servir aquesta tècnica per a analitzar les representacions col·lectives associades a determinades marques o les pautes de consum dels clients.

En l'**àmbit de la recerca social més acadèmica**, els grups de discussió s'han fet servir per a aproximar-se a temes de contingut emocional intens (per exemple, l'avortament, el maltractament infantil o la violència de gènere), controvertits (la situació política al País Basc, les actituds envers la població immigrada, l'entrada a l'OTAN) o complexos (aspiracions professionals, consciència col·lectiva sobre la desigualtat, imatge de les institucions i símbols polítics, efectes de la corrupció sobre la confiança en la democràcia, el dret a l'autodeterminació). Aquesta selecció de temes són extrets del conjunt de trenta bateries de grups de discussió que ha fet el Centre d'Investigacions Sociològiques en el període 1978 i 2000. En tots els casos, es tracta de problemes socials difícils d'investigar amb altres tècniques, a més de temes molt complexos per a explicar amb paraules.

### Lectura complementària

P. N. Hague; P. Jackson (1997). *Cómo hacer investigación de mercados*. Bilbao: Ediciones Deusto. Especialment el capítol 6, que tracta en detall com es formen i desenvolupen els grups de discussió.

### Lectura complementària

En les lectures que complementen aquest material didàctic teniu l'aplicació pràctica dels grups de discussió en l'avaluació d'un servei públic: X. Ballart (1994). "Clientes de un servicio cultural. Una experiencia de evaluación con *focus group*". *Gestión y Análisis de Políticas Públicas* (núm.1, pàg. 73-77).

### 2.3.2. El disseny i selecció dels grups

El punt de partida del disseny dels grups és el **concepte d'estructura social**, el qual s'utilitza per a designar la configuració dels grups socials i les pautes de relació intragrupals i intergrupals que caracteritzen cada societat. Les dimensions més importants de l'estructura social són la classe social, ètnia, gènere, cohort, nacionalitat, religió i hàbitat (urbà o rural, comunitat autònoma). La manera com es combinen aquestes variables i la importància relativa de cadascuna d'elles en la conformació dels principals grups varia en cada societat i en cada període.

Cadascun d'aquests grups socials es caracteritza per una relativa homogeneïtat interna quant a interessos, opinions, actituds i accions. És d'esperar que entre els grups socials rellevants moltes opinions siguin diferents i fins i tot enfrontades. Per exemple, en el tema de l'OTAN els grups amb opinions més antagòniques es diferenciaven principalment segons la ideologia, ser d'esquerreres o dretes. Per tant, **els criteris per a seleccionar grups són l'element bàsic d'aquesta tècnica**. Ara us esmentarem els criteris per al disseny i selecció de grups:

1) La bateria dels grups de discussió ha de dissenyar-se de manera que els membres de cada grup comparteixin tant posicions semblants en l'estructura social com opinions semblants sobre el tema de la investigació que fem. Hi ha tres motius per a fer-ho d'aquesta manera. Primer, si combinem, per exemple, universitaris i analfabets dins d'un grup, l'opinió dels primers s'imposarà sobre la dels segons. Segon, si tenim persones amb posicionaments molt diferents, serà més probable que aflorin les dinàmiques de conflicte, cosa que reduirà o bloquejarà l'extracció d'informació. I tercer, la màxima llibertat d'expressió s'obté entre iguals, és a dir, en un entorn que sigui familiar o semblant, caracteritzat per baixos nivells de conflicte.

2) Cada grup que escollim per a una recerca hauria de mantenir opinions i posicions diferents de la resta del grup amb l'objectiu de no duplicar esforços i d'incloure la màxima diversitat possible d'actituds i representacions col·lectives entorn d'un problema social i tenint en compte els recursos de què disposem per a la recerca. Per exemple, si un grup de dones de classe treballadora i un grup de dones de professions liberals tenen la mateixa opinió sobre les baixes maternals, amb un dels dos grups en tindrem prou.

3) També en relació amb els dos criteris anteriors, hem de tenir en compte que els grups han de dissenyar-se de manera que es minimitzi la variabilitat o les diferències intragrupals, i es maximitzin les diferències intergrupals. Tot i que sempre caldrà una mínima heterogeneïtat per a dinamitzar el debat.

4) És imprescindible que tots els participants de cada grup estiguin familiaritzats amb el tema objecte de discussió. Si un tema és completament nou per a una persona, aquesta fàcilment prendrà un rol passiu i/o repetirà les opinions dels altres.

### **Quins dissenys de grups de discussió ha fet el CIS?**

Fins a l'any 2000, el CIS ha fet grups de discussió en dos tipus de dissenys:

1) La majoria dels estudis tenen per objectiu la generació de dades representatives sobre les opinions i actituds del conjunt de la població espanyola. En aquests casos, el nombre de grups oscil·la entre deu i vint, i els criteris de disseny més utilitzats són la classe social, la ideologia política i l'hàbitat.

2) Una minoria es dedica a estudiar les actituds, expectatives i opinions de grups socials específics (per exemple, funcionaris públics, votants socialistes o els residents d'alguna CA). Generalment aquests estudis requereixen un nombre més petit de grups que en la pràctica oscil·len entre dos i deu.

Per tant, a l'hora de conformar internament els grups i escollir el nombre de grups caldrà tenir en compte el grau de diversitat sobre el tema que investiguem. Però, **com podem saber en una investigació quin és el grau de diversitat sobre un tema concret?**

Hi ha diverses opcions:

- El coneixement acumulat ens proporciona hipòtesis sobre això. Podem fer servir, per exemple, la informació que s'ha produït sobre un tema gràcies a altres tècniques com l'enquesta o l'entrevista qualitativa.
- També podem recórrer a les publicacions nacionals o internacionals sobre un tema.
- Fer servir el sentit comú i la intuïció sociològica, quan no hi ha informació prèvia. Per exemple, sobre el dret a l'avortament, sense haver llegit cap estudi previ, fàcilment podríem deduir que les diferències més importants dependran del grau de religiositat, mentre que en la valoració de l'acció de govern variables clau seran la ideologia o el record de vot en les darreres eleccions.

### **2.3.3. La formació i direcció dels grups**

En aquest apartat us expliquem els aspectes pràctics a l'hora de formar els grups i fer els debats. L'objectiu final és aconseguir que el discurs de grup es generi de la manera més lliure i espontània possible, sense que s'inhibeixi o retalli per les jerarquies que caracteritzen els grups socials en la vida quotidiana. En aquest context hi té un paper fonamental la figura del moderador. Els següents aspectes pràctics s'han de tenir en compte en la formació i direcció dels grups:

#### **1) El nombre de participants**

El nombre òptim de participants és entre vuit i deu membres, perquè s'ha comprovat que maximitza la informació i la possibilitat de debat entre els participants.

En general, amb menys de cinc participants els discursos són massa homogenis i la discussió és poc dinàmica. Per contra, si els grups estan formats per més de deu persones, resulta difícil garantir que totes puguin intervenir activament, i que el debat no es disgregui en subgrups. En principi, per a ser seleccionat, només cal complir el requisit d'ajustar-se al perfil sociològic predissenyat en cada cas (per posar un exemple, mestresses de casa amb estudis primaris i hàbitat urbà).

## 2) El contacte amb els membres del grup

La figura de la persona de contacte és clau en l'aplicació d'aquesta tècnica. Ha de ser una persona amb experiència i amb una àmplia xarxa de relacions personals en tots els estrats socials i àrees del país.

A més, en les tasques de contacte, per a trobar els potencials participants dels grups de discussió, cal tenir en compte els següents aspectes:

- a) Primer, la persona de contacte ha de saber el menys possible sobre els continguts i objectius de la recerca per a evitar crear preconceptes o transmetre involuntàriament judicis de valor sobre el tema.
- b) Segon, la persona de contacte ha de ser diferent de la que farà la moderació del debat en grup. Així evitem actituds de subordinació o agraïment envers la persona de contacte.
- c) Tercer, en teoria, els participants no haurien de rebre cap gratificació econòmica per la participació en el grup.
- d) Per acabar, els participants no es poden conèixer, perquè es podrien traslladar al grup les relacions de poder i de familiaritat que es desenvolupen en la vida quotidiana.

### Incentius

No obstant això, a la pràctica, sovint és necessari recórrer a l'incentiu econòmic per estimular l'assistència. En aquests casos, la quantitat serà petita. Una variant típica és fer un regal als participants.

## 3) L'elecció del local per a la discussió del grup

Les condicions físiques en què es desenvolupi la discussió han de promoure el clima de diàleg espontani. Per això és important que la disposició del seients sigui neutra, és a dir, que no concedeixi especial importància a cap de

les posicions de la taula. També és important evitar que es generin subgrups d'afinitat a causa de la disposició dels seients. Per tant, convé situar els participants d'una manera estratègica.

El local ha de complir certes condicions contextuais. En primer lloc, la reunió no hauria de fer-se en el "territori" dels investigadors que moderen el grup, ja que això podria inhibir la discussió. Segon, tampoc no hauria d'estar connectat amb el context quotidià dels participants, com per exemple, reunir un grup d'operaris en la fàbrica en què treballen. Tercer, el local no hauria de generar conflicte amb els valors del grup. És a dir, que l'elecció del local sigui tan neutral com sigui possible.

#### Grups de discussió

Exemples clàssics on es fan els grups de discussió són llocs d'accés públic com bars, hotels o centres d'investigació o d'ensenyament.

#### 4) La moderació, transcurs i duració del debat

Aquí té un paper fonamental el moderador, que ha de garantir que tots i cada un dels participants en el grup tinguin les mateixes oportunitats d'intervenir. O dit d'una altra manera, que no hi hagi imposició per part de cap dels membres del grup. El moderador hauria de generar un consens mitjançant la discussió del tema que s'està investigant.

A més, el **moderador** ha d'aconseguir provocar que surtin les opinions i valors més polèmics durant el debat, però al mateix temps, ha de saber generar una situació distesa, un clima de complicitat que promogui l'empatia. Un altre aspecte que s'ha de tenir en compte és que la presentació inicial del tema és fonamental i tindrà repercussions en les dinàmiques posteriors del debat. És important que el moderador no sigui dirigista. En aquest sentit, el moderador ha de participar el menys possible durant el debat. Això sí, cal fer-ho quan es produeixen digressions cap a temes col·laterals o quan ja s'ha arribat a un cert consens sobre un tema. Com també cal fer-ho quan es generin discussions massa radicals, molts silencis o algun participant monopolitzi excessivament la discussió. El moderador s'ha de fer un guió amb la bateria de temes que vol que es tractin durant el debat de grup.

En el funcionament dels grups hi ha unes **pautes de conducció dels grups**. Primer, es fa una introducció a la reunió on s'explica les raons de l'estudi. Després hi ha una presentació dels participants. Un cop s'han fet totes les presentacions (que poden ser més o menys exhaustives, segons el cas), el moderador comença a treure temes per estimular la participació. En certa manera busca provocar el grup perquè hi participi. Quan es dona per acabada la discussió de grup, el moderador haurà d'agrair-los la participació i fer una petita síntesi de tancament i acomiadament.

Els grups de discussió **s'enregistren, de manera que es pugui fer la transcripció del contingut** i posterior anàlisi. Malgrat això, pot ser necessari que el moderador prengui notes de certs moments o comentaris concrets que po-

den ser d'importància en l'anàlisi posterior. En alguns casos, normalment en l'àmbit comercial, es filma el transcurs del grup de discussió, perquè els aspectes gestuals i visuals també són importants. Com que la filmació fa pujar els costos de la realització dels grups de discussió, es fa poc sovint en la recerca més acadèmica o de l'àmbit públic.

**Quan es considera que ha acabat el debat?** Quan el moderador percep que els participants s'han convertit en grup, tenen un discurs relativament comú i un cert consens sobre un tema.

### 2.3.4. L'anàlisi del material empíric: una aplicació pràctica

El procés habitual, un cop s'han fet els grups de discussió, és fer una **transcripció del contingut i analitzar la informació**. La interpretació de la informació es fa a partir del discurs dels subjectes participants i s'intenta estructurar la informació d'acord amb els objectius de la recerca. Normalment s'intenta crear tipologies o classificacions que han sortit i que tinguin sentit substantiu. A més, es van explicant els resultats intercalant fragments dels discursos dels participants per a argumentar l'anàlisi.

És important que en l'informe o estudi es presenti tota la informació de les característiques rellevants dels membres de cada grup: dia i lloc on es va fer, nombre de participants de cada grup, característiques sociodemogràfiques de les persones (almenys l'edat, el gènere, i l'hàbitat, i sovint també la classe social, l'ocupació o el nivell d'estudis) i els criteris de selecció (que poden variar segons l'estudi).

Per acabar, us comentem un estudi de l'àmbit català sobre **l'abstencionisme diferencial** (Font, Contreras i Rico, 1998), on es va fer ús dels grups de discussió perquè vegeu l'aplicació concreta d'aspectes com els criteris de selecció, la composició dels grups, les tipologies, i l'anàlisi dels discursos.

L'abstencionisme diferencial es produeix entre aquells electors que voten en les eleccions legislatives espanyoles i s'abstenen en les autonòmiques catalanes. Per a aprofundir més en les raons d'aquest fenomen, els investigadors van decidir fer diversos grups de discussió conjuntament amb altres tècniques com l'enquesta quantitativa. Per a ells, la variable fonamental a l'hora de configurar els grups va ser l'abstenció intermitent (és a dir, el fet d'haver-se abstingut en algun moment però no en tots els casos). A més, el lloc de residència (havien observat que aquest fenomen succeeix especialment en les poblacions de l'àrea metropolitana de Barcelona) també va ser un variable important.

#### Lectura complementària

J. Font; J. Contreras; G. Rico (1998). *L'abstenció en les eleccions al Parlament de Catalunya*. Barcelona: Ed. Mediterrània.



En concret, van fer quatre grups de discussió: a Viladecans, on van assistir sis persones, tots homes i entre vint i trenta-vuit anys; a l'Hospitalet de Llobregat, amb set persones, tres dones i quatre homes, entre vint-i-dos i quaranta-set anys; a Santa Coloma de Gramenet, amb vuit persones, cinc dones i tres homes, entre trenta-cinc i setanta anys; i un quart grup *a posteriori* format per dues o tres persones de cada un dels grups anteriors. Els grups no van ser gaire nombroses perquè els investigadors van tenir problemes per a trobar gent que volgués participar-hi, tot i que els participants rebien una petita compensació simbòlica per això. Cada una de les sessions va durar unes dues hores i els grups eren força homogenis.

A grans trets els autors van arribar a les següents tres **tipologies** d'abstencionistes diferencials tenint en compte el seu discurs:

1) Per als homes, joves, amb poca formació acadèmica, i de Viladecans, el discurs predominant per a explicar l'abstenció en les eleccions autonòmiques va fer referència a la manca de concurrència, de competitivitat, en el cartell electoral: "només hi ha un equip, un candidat; l'altre (els altres) ningú no el coneix"; "resulten poc atractives per manca de competitivitat; no hi ha un candidat alternatiu i conegut". Les comparacions amb la concurrència en el futbol van ser reiterades.

2) Per a homes i dones, entre joves i mitjana edat, qualificats i amb ocupacions liberals o a l'ensenyament, i de l'Hospitalet, el discurs va resultar una mica més divers, més polític i més elaborat: "desencantament" després de la transició, menys interès pel tipus d'elecció, no saber què signifiquen les eleccions autonòmiques i poca utilitat de votar, escàs atractiu de les forces concurrents, escassa identificació amb el govern autonòmic per part d'una nombrosa població immigrada, etc.

3) Per a homes i dones de mitjana edat i jubilats, comerciants, sense ocupació i mestresses de casa, i de Santa Coloma, el discurs va resultar força centrat i reiteratiu en la qüestió de la llengua i la marginació dels immigrants en un context d'afirmació de la llengua i del fet català. L'escepticisme i el distanciament envers els partits polítics en general, als quals acusaven de seguir les regles del joc en relació amb la llengua fixades per CiU, era molt gran i fins i tot algú parlava en termes de traïció per part de partits d'esquerra.

Font, Contreras i Rico (1998, pàg. 102-103)

En l'altra part de l'estudi, els autors van fer una anàlisi dels discursos resultants tenint en compte les raons o motivacions que els participants dels grups havien expressat per no votar en algunes eleccions determinades. Les raons, que es van articular en sis eixos centrals, s'explicaven mitjançant l'ús de les afirmacions dels membres dels grups que es presentaven amb el nom i el lloc de residència de cadascú.

Per exemple, Font, Contreras i Rico expliquen l'argument que les eleccions autonòmiques són considerades de segon ordre de la següent manera:

Si bé, d'una banda, es considera que el Govern de la Generalitat i el seu president són més importants que el consistori municipal i l'alcalde, alguns afirmen que les eleccions municipals tenen més importància que les autonòmiques perquè les qüestions del municipi "te atañen más de cerca".

[En les eleccions autonòmiques] no he votado. He pasado de largo. Las del gobierno [central] y todo eso, pues, sí. No sé por qué. Yo de estas cosas no entiendo mucho.

A mi me pasa lo mismo. Sólo voto en las generales y nada más. Un poco porque soy mayor... No sé, no me encuentro muy bien y no me da por ir... (Rosa y Gregoria, Santa Coloma)

¿Para qué sirve el voto [en les eleccions autonòmiques]? ¿Qué vamos a conseguir? Conseguiremos algo a nivel de municipio, conseguimos algo a nivel de estado, pero ¿Qué es eso de Catalunya? ¿Qué se puede conseguir? (Gabriel, Santa Coloma)

Font, Contreras i Rico (1998, pàg. 104-105)

En conclusió, en l'anàlisi del discurs del grup cal **interpretar**. Una part s'haurà formulat de manera manifestada, però una altra part de discurs es trobarà latent, i aquesta és on caldrà un esforç d'interpretació més gran.

## 2.4. L'anàlisi de contingut

L'anàlisi de contingut es basa en la lectura de textos o interpretació d'imatges o d'emissions de ràdio. Es tracta de **l'anàlisi d'un fenomen comunicatiu**, no tant d'un comportament social de les persones o dels grups sinó de la valoració que donen a diverses qüestions els qui emeten missatges d'influència social (Brunet, Pastor i Belzunegui, 2002).

L'anàlisi de contingut és una tècnica que tracta d'inferir les característiques dels missatges verbals per mitjà de la **identificació objectiva i sistemàtica dels continguts comunicatius**. És un mètode per a estudiar i analitzar la comunicació de manera sistemàtica, i en molts casos, quantitativament. O sigui que aquesta tècnica es troba a **mig camí entre el mètode qualitatiu i el quantitatiu**.

A partir de l'anàlisi de contingut podem valorar quina és **l'estratègia comunicativa dels actors polítics**, institucions, etc. quant a la transmissió de determinats posicionaments ideològics, valors, prioritats, etc. Segons Brunet i altres (2002), l'anàlisi de contingut s'utilitza principalment per al següent:

- **L'anàlisi dels missatges** que es donen des de diferents mecanismes d'expressió social (mitjans de comunicació, campanyes polítiques, etc.) de manera que els puguem situar en una realitat explicativa. A més, aquesta anàlisi té la finalitat d'aconseguir entendre diferents aspectes de la realitat social (actors, mitjans, conjuntura, estratègia comunicativa, etc.) per mitjà dels seus missatges.
- **La interpretació de textos** que ens ajudi a situar-los en un context determinat i ens matisin resultats d'altres investigacions. Normalment té la intenció de servir objectius de recerca més amplis: per exemple, anàlisis d'informes i altres documents en uns contextos històrics determinats.

Aquestes dues maneres d'entendre l'anàlisi de contingut poden servir per a la creació de **bases documentals** que donarien suport o revocarien teories i hipòtesis sobre la realitat social.

### Lectura recomanada

Per una ampliació sobre què és i com s'aplica l'anàlisi de contingut, us recomanem la referència següent, que conté una selecció d'estudis fets amb aquesta tècnica:

**Agnès Vayreda (2010).** *L'anàlisi de contingut*. Material docent UOC (Advanced Qualitative Methods in Knowledge Society Research - programa de doctorat).

### 2.4.1. L'anàlisi de contingut en les ciències socials

L'anàlisi de contingut té moltes aplicacions en el camp específic de la ciència política perquè el **material documental que ofereix la política** a l'investigador social és molt ric.

#### L'anàlisi de contingut en la propaganda política

Un dels primers estudis que aplicà l'anàlisi de contingut va ser fet per Lasswell i Leites (1949) sobre els eslògans utilitzats en l'ex-Unió Soviètica per a la celebració de l'1 de maig entre el període 1918-1943.

Aquests eslògans van ser classificats en onze categories, com símbols revolucionaris, símbols nacionals, símbols de persones, etc., i van analitzar l'evolució en el temps de la freqüència d'aquests símbols.

Alguns materials polítics que es poden analitzar mitjançant aquesta tècnica són les actes parlamentàries, els programes i estatuts d'un partit, els discursos dels polítics, la propaganda electoral o institucional, les actes d'assemblees de moviments o organitzacions, etc. De fet, els **documents polítics** van ser dels primers a ser analitzats per la investigació social. Per exemple, les primeres recerques d'anàlisi de contingut van tenir com a objecte d'estudi la **propaganda política**.

Les **eleccions** són un dels moments més importants de producció de documents polítics, tant en format text com audiovisual, i per tant, un dels àmbits on s'ha aplicat més l'anàlisi de contingut.

Un estudi exemplar és la recerca de tres investigadors britànics, Budge, Robertson i Hearl (1987), que van analitzar els **programes electorals dels partits** de dinou democràcies des del final de la Segona Guerra Mundial fins al 1980. Utilitzant la documentació oficial dels partits o, quan aquesta no estava disponible, articles de diaris, els autors van reunir els programes electorals d'uns noranta partits. Aleshores van analitzar els continguts dels programes i els van classificar en temes: arribaren a establir cinquanta-quatre categories (per exemple, planificació econòmica, igualtat social, pau, descolonització, educació, privatitzacions, etc.). Una vegada fet això, van fer una anàlisi comparativa entre diferents partits i països en perspectiva temporal. En termes substantius, van arribar a la conclusió que en tots el països la divisió ideològica esquerra/dreta existeix i es pot trobar analitzant-ne els programes. A més, també van observar diferències temporals, per estats i per famílies ideològiques. Una branca d'estudis criminològics ha estudiat la importància de les notícies dedicades a la delinqüència en els diaris, mitjançant l'anàlisi del contingut, i les ha relacionat amb el crim registrat. L'article de Chermak (1998) és un exemple que utilitza tècniques multivariants per a predir com són de destacades les notícies en els mitjans de comunicació escrit. Més recent i proper, l'estudi de Soto (2005) mostra com la quantitat creixent de notícies sobre la delinqüència (tal com apareixen en el diari *El País*) segueix el mateix patró de creixement que

#### Lectura complementària

I. Budge; D. Robertson; D. Hearl (1987). *Ideology, strategy and party change*. Cambridge: Cambridge University Press.

la preocupació per la inseguretat i la delinqüència de les persones enquestades en els baròmetres mensuals del CIS. Aquesta preocupació ciutadana creixent contrasta amb la caiguda de la delinqüència mesurada en les enquestes de victimització en el mateix període estudiat. Segons l'autora, aquest fet mostra la capacitat dels mitjans i dels grups d'interès per a introduir un determinat tipus de polítiques en l'agenda pública i política.

#### 2.4.2. Metodologia de l'anàlisi de contingut: anàlisi quantitativa i qualitativa

L'anàlisi de contingut és una tècnica per a llegir i interpretar el contingut de qualsevol classe de documents o missatges comunicatius, i en especial, els textos escrits. La lectura ha de ser total i per això és necessari tenir en compte cinc aspectes:

- El contingut
- L'emissor del text
- El destinatari
- La codificació utilitzada
- Els canals de transmissió o de suport del text

A partir de la lectura se'n poden extreure inferències entre el text i els contextos. El text, normalment, té un doble sentit, que es pot treure d'una doble lectura: **directa**, és a dir, al peu de la lletra, o **semàntica**, que hi dona un sentit latent a partir de la primera lectura directa.

L'anàlisi de contingut ha estat dominada tradicionalment per plantejaments quantitatius. Sorprenentment, l'ús de programes informàtics ha desplaçat actualment les tècniques d'anàlisi de contingut cap a visions més qualitatives, i ho fan perquè valoren una sèrie de pressupostos implícits en el text: el sentit simbòlic no sempre manifest en el text i el contingut expressiu i instrumental que un text pot tenir. En aquest sentit, cal remarcar que els missatges expressen més informació que la que el mateix autor pretén dir o que és conscient que diu.

Una possible proposta de **les fases de treball en l'anàlisi de contingut** seria la següent:

1) **Disseny general.** La primera fase consisteix a determinar l'objecte o tema d'anàlisi i decidir el disseny general de l'anàlisi de contingut. Què es vol investigar? Quina bibliografia hi ha? Quins textos utilitzarem? En aquesta fase s'ha de decidir la **població d'anàlisi** i la **selecció de la mostra**. La població d'anàlisi es refereix al tipus de mitjà comunicatiu (premsa, televisió, etc.), o als documents (programa electoral, actes de reunions, anuncis electorals, etc.) que analitzarem per a la nostra recerca. Respecte a la mostra, hem de tenir en compte els següents criteris, a part de la selecció del mitjà: quins temes volem analitzar, dates, seccions, pàgines, i selecció del contingut rellevant. Després

#### ATLAS/ti

El programa ATLAS/ti permet l'anàlisi d'informació en format quantitatiu i qualitatiu i en forma de text, imatge o so. <http://www.atlasti.com>

passarem a determinar la **unitat de registre** (paraula, sentit, frase, paràgraf, article) que s'utilitzarà. En la unitat de registre hem de decidir aquelles paraules (o frases, etc.) del text, de les quals volem saber la freqüència i repetició, etc. Un exemple de selecció de mostra podria ser el conjunt de frases o notícies aparegudes en la premsa sobre les eleccions europees durant el període fixat d'anàlisi. Exemple d'unitat de registre: una frase o expressió en què apareix la idea d'Europa, el nom d'un líder polític que es presenta a les eleccions europees o l'expressió "eleccions europees".

**2) Categorització.** És la reducció de moltes paraules a categories. En la categorització cal fer dues operacions: fixar les categories i aplicar una unitat (paraula, frase, tema, paràgraf) a les categories fixades anteriorment, és a dir, codificar. Cada analista pot determinar-se els sistemes de categorització/codificació. Hi ha programes informàtics que els apliquen, però la determinació dels codis és un treball de l'investigador. La **codificació** es pot fer manualment o amb ordinador. L'ordinador s'ha imposat i els programes són molt exhaustius i fiables, però no permeten captar textos ambigus o amb un sentit doble. En aquests casos el complement de la codificació manual augmenta la versemblança de l'anàlisi. Per a establir els codis de categorització, cal determinar el sistema de categories (quins criteris), que no hi hagi contradiccions, ambigüitats o significats no previstos.

**3) Anàlisi estadística i validació.** Aquesta és la part que correspon a l'anàlisi quantitatiu. És el tractament de les dades classificades (freqüències, classificació, recompte, etc.). Es compten el nombre de cops que s'utilitzen certes categories, els termes relacionats amb l'ús d'un enfocament, el cos de les lletres, etc.

**4) Anàlisi qualitativa.** En l'anàlisi qualitativa s'intenta induir el significat dels textos. L'aproximació qualitativa implica: la relectura, situar-nos en el context del text, buscar la informació manifestada en el text i la informació inconscient, i el contingut instrumental. Cal tenir clars els textos o els missatges que volem analitzar i saber què pretenem conèixer del text. S'han de valorar les riqueses i els matisos que es poden trobar en el text, que es manifesten per contrastos com: manifest/amagat; conscient/inconscient; expressiu/instrumental.

### 2.4.3. Les limitacions o problemes metodològics

Segons Isernia (2001) les limitacions o problemes que hem de tenir en consideració en l'anàlisi de contingut són tres:

**1) La qualitat dels documents analitzats.** Aquest és un aspecte crucial. Per a avaluar el grau de qualitat d'un document, hem de tenir en consideració la natura o tipus de document i quin abast té del fenomen que estudiem. És a dir, si, per exemple, són diaris, fonts oficials o documents històrics, i també a quin període cronològic, població, etc. fan referència. En alguns casos, això ho pot controlar l'investigador (per exemple, en el cas de l'anàlisi de premsa), però en d'altres l'investigador es troba amb unes limitacions d'entrada. Aquest seria

#### Lectura complementària

**J. Díez Medrano (2003).** *Framing Europe. Attitudes to European Integration in Germany, Spain, and the United Kingdom.* Princeton: Princeton University Press.

Aquest llibre és un exemple excel·lent tant pel seu contingut substantiu com pel rigor i riquesa de mètodes que utilitza. Entre d'altres, fa una anàlisi de contingut, especialment qualitatiu, dels editorials i comentaristes de set diaris d'Alemanya, Espanya i el Regne Unit durant cinquanta anys, per al període 1946-1997.

el cas de molts documents històrics: no sabem si són tots els que existeixen –potser alguns s'han perdut, eliminat, etc.– i només tenim una visió parcial de la realitat que investiguem. En el cas de la documentació oficial o d'actors polítics òbviament hem de tenir en compte que són de continguts determinats i n'exclouen molts. Per exemple, pot ser que un partit conservador prefereixi obviar el discurs programàtic sobre l'educació o la sanitat pública perquè no és la seva prioritat ideològica.

**2) La validesa de la codificació.** Una de les dificultats de l'anàlisi de contingut és la complexitat del procés de codificació. Si el nostre objectiu és quantificar el nombre d'articles de premsa diària sobre la violència de gènere, probablement hi haurà menys errors de validesa que si volen quantificar el nombre d'articles sobre la desigualtat de gènere, tema molt més complex de definir i operacionalitzar. Aquí caldria mantenir uns criteris comuns, però l'aplicació d'aquests criteris a vegades no és unívoca i en fer l'anàlisi sempre surten criteris nous, sobretot quan la codificació l'han feta persones diferents.

**3) El grau d'estabilitat i reproducció de la codificació.** Va en bona part lligat al punt anterior, però aquí ens referim a dos temes. D'una banda, hem d'estar segurs que la codificació és estable al llarg del temps, encara que la faci una mateixa persona seguint uns mateixos criteris. De l'altra, la reproducció implica que diferents persones estan codificant la mateixa forma. Una manera de comprovar-ho és fer que dues persones codifiquin els mateixos textos i aconseguixin resultats semblants.

## Resum

En aquest mòdul us hem explicat, amb una visió essencialment pràctica, com es pot fer recerca qualitativa en les ciències socials. La recerca qualitativa se situa en el paradigma de recerca interpretativa i parteix d'uns plantejaments molt diferents dels de la recerca quantitativa. No obstant això, moltes recerques en les ciències socials fan servir els dos tipus de mètodes o tècniques. La recerca qualitativa és essencial quan volem comprendre, interpretar i sentir la veu dels actors implicats en un determinat fenomen. Els mètodes qualitatius són útils quan es vol captar el significat, el procés i el context dels processos polítics i socials.

En la recerca qualitativa, el procés de recollida i d'anàlisi de dades, molt separats en la recerca quantitativa, s'encreuen. No hi ha un grup de tècniques formals (de fet, els mètodes qualitatius permeten molta flexibilitat), però hi ha uns criteris i pautes de treball clars i definits. La transparència de tot el procés de recollida de dades és clau.

Les tècniques qualitatives més habituals en ciències socials són l'observació participant, l'entrevista en profunditat, els grups de discussió i l'anàlisi de contingut. Per a cadascuna d'aquestes tècniques, els criteris de selecció de les unitats d'anàlisi (tant si són persones, contextos socials o polítics, documents i/o missatges comunicatius –depenent de cada tècnica–) són essencials en la recerca. En definitiva, són la base de l'anàlisi i interpretació posteriors. A més, el paper de l'investigador en el procés de recollida i d'anàlisi de dades és molt actiu des del principi.





## Activitats

1. Escolliu una activitat política col·lectiva en la qual tingueu possibilitats de participar pròximament (per exemple, assistir a una manifestació, una reunió del districte, un míting polític, una assemblea d'una ONG o moviment social, etc.), i apliqueu-hi la tècnica de l'observació participant. Decidiu com faríeu l'observació: el vostre grau d'implicació, la modalitat d'accés, la necessitat de mediadors i informadors. Feu un diari de camp de la vostra experiència tenint en compte que heu de recollir informació bàsica que expliqui el fenomen: la duració, el perfil sociodemogràfic dels participants, les activitats que es fan, les dinàmiques que es creen, les actituds i comportament dels actors, el context social i polític.

2. Heu de fer un estudi sobre la creixent participació de la joventut en organitzacions no governamentals de desenvolupament (ONGD) en la ciutat de Barcelona. Cal examinar quins són els discursos predominants, les motivacions i experiències dels joves que hi participen, i fer entrevistes qualitatives. A qui escolliríeu per a les entrevistes? Com contactaríeu amb la gent? Feu un guió segons el format d'entrevista semiestructurada.

3. Llegiu l'article d'X. Ballart (1994) sobre l'ús dels grups de discussió (*focus group*) en l'avaluació d'un servei cultural que teniu com a lectura complementària d'aquest material docent. Quines raons, segons l'autor, fan que sigui adient l'aplicació de la tècnica dels grups de discussió? Quins tipus de grups es van formar? Quins canvis va decidir fer la gerència del Museu de la Ciència després de conèixer els resultats?

4. Feu una anàlisi del contingut del programa electoral del PSOE en les darreres eleccions generals (2004). En concret, heu d'analitzar el posicionament del PSOE en política exterior. Aconseguiu-ne un programa i debateu com faríeu la recerca i els problemes metodològics que us podrien sorgir (el programa està disponible per Internet al web del partit: [www.psoe.es](http://www.psoe.es)).

## Exercicis d'autoavaluació

1. Una de les característiques principals dels mètodes qualitius és...

- a) extrapolar els resultats a poblacions més grans.
- b) comprendre els motius i interpretacions de les persones.
- c) fer prediccions.
- d) discriminar quines variables tenen més influència en un determinat fenomen.

2. En l'observació participant la interacció amb els actors socials és...

- a) passiva.
- b) esporàdica, de vegades puntual.
- c) activa.
- d) posterior, un cop feta la recerca es parla amb els actors.

3. Amb quina periodicitat idealment s'ha d'escriure en el diari de camp en una recerca en què es fa observació participant?

- a) Durant la primera setmana, concretant tant com sigui possible.
- b) Cada cinc o set dies, per a fer una recapitulació de l'estat de la qüestió.
- c) Cada dia que fem l'observació, ja que la intensitat dels detalls pot variar.
- d) Quan succeeixen fets nous.

4. Quin és el nombre mínim aproximat d'entrevistes en profunditat que es fan habitualment en una recerca.

- a) Més de cent.
- b) De cinc a quinze.
- c) De trenta a quaranta.
- d) Més de cent cinquanta.

5. En l'entrevista, la selecció dels entrevistats vol aconseguir la representativitat...

- a) estadística.
- b) de cap tipus: la selecció és a l'atzar.
- c) aleatòria.
- d) tipològica.

6. L'entrevista biogràfica seria adient per a l'estudi...

- a) de la campanya electoral de les eleccions legislatives del 13 de març de 2004.
- b) l'actitud de la població catalana envers el dret de l'autodeterminació.
- c) de les experiències del flux migratori dels anys seixanta a l'àrea metropolitana de Barcelona.
- d) dels canvis organitzatius del PSOE als anys noranta.

7. El nombre òptim (que no sempre és possible) de participants en un grup de discussió és...

- a) entre cinc i set.
- b) entre vuit i deu.
- c) entre dotze i catorze.
- d) entre cinc i dotze.

8. La persona de contacte i el moderador en els grups de discussió són...

- a) la mateixa persona.
- b) persones diferents.
- c) És indiferent en aquest mètode.
- d) Dependrà dels objectius de la recerca.

9. Les primeres recerques d'anàlisi de contingut es van centrar...

- a) en l'avaluació de polítiques públiques.
- b) en la propaganda política.
- c) l'aprofundiment en *El Príncep* de Maquiavel.
- d) en el comportament electoral.

10. En l'anàlisi de contingut la categorització es fa...

- a) en la interpretació dels textos.
- b) després de l'anàlisi quantitativa.
- c) un cop hem escollit la població d'anàlisi, la selecció de la mostra i la unitat de registre, abans de l'anàlisi quantitativa.
- d) durant l'anàlisi qualitativa, per aconseguir crear tipologies.

## Solucionari

### Exercicis d'autoavaluació

1. b

b) Correcte. Les altres respostes són característiques dels mètodes quantitativs.

2. c

c) Correcte. La interacció amb els actors és activa. És una de les característiques bàsiques de l'observació participant.

3. c

c) Correcte. Si no escrivim en el diari de camp cada dia que fem observació, amb el temps ens oblidem de detalls que poden ser essencials per a la nostra recerca.

4. c

c) Correcte. Tot i que el nombre pot variar depenent dels recursos i el temps disponible per a fer les entrevistes, el nombre més habitual són de trenta a quaranta.

5. d

d) Correcte. Les persones que s'han d'entrevistar són escollides perquè compleixen determinades característiques (sociodemogràfiques, d'actitud, etc.) rellevants per al nostre objecte d'estudi.

6. c

c) Correcte. L'entrevista biogràfica en el marc de les històries de vida intenta comprendre les relacions entre biografia, història i estructura social per a explicar els canvis socials.

7. b

b) Correcte. S'ha comprovat que maximitza la informació i les possibilitats de debat entre els participants.

8. b

b) Correcte. Així evitem actituds de subordinació o agraïment envers la persona de contacte.

9. b

b) Correcte. La propaganda política.

10. c

c) Correcte. La categorització és la reducció de moltes paraules a categories. És imprescindible per a codificar. És una part essencial en el procés de recollida de dades i de l'anàlisi de contingut abans de l'anàlisi quantitativa.

## Glossari

**anàlisi de contingut** *f* Anàlisi d'un fenomen comunicatiu, tant en format de text escrit, discurs oral com d'un mitjà audiovisual. Aquesta tècnica tracta d'inferir les característiques dels missatges verbals mitjançant la identificació objectiva i sistemàtica dels continguts comunicatius.

**categorització** *f* En l'anàlisi de contingut, és la traducció i reducció de paraules, frases, temes, etc. a categories fixades segons els objectius de recerca.

**diari de camp** *m* Material fonamental de treball per a l'observació participant. S'escriu tot el que s'ha observat al llarg del període d'observació.

**entrevista en profunditat** *f* Vegeu **entrevista qualitativa**.

**entrevista qualitativa** *f* Mètode qualitatiu que consisteix en una conversa provocada i guiada per l'entrevistador durant la qual es fan preguntes obertes i tancades per a conèixer l'opinió de la persona entrevistada.

*sin.*: entrevista en profunditat

**grup de discussió** *m* Mètode qualitatiu que consisteix a seleccionar un nombre variable de grups petits, i a partir d'aquí, organitzar col·loquis dins de cadascun, amb la intenció de copsar les preferències i actituds sobre un tema i d'observar els processos d'interacció, consens i conflicte dins dels grups.

**història de vida** *f* Relat autobiogràfic centrat en les vivències personals.

**informador -a** *m i f* Persona que es troba en situacions estratègiques i que ens pot aportar informació o contactes substancials per a la nostra recerca.

**mediador -a cultural** *m i f* Persona que en l'observació participant ens ajuda a accedir a contextos de difícil accés.

**moderador -a** *m i f* Persona encarregada de coordinar i moderar un grup de discussió.

**observació participant** *f* Tècnica qualitativa que s'utilitza quan es vol prioritzar el punt de vista dels actors implicats. L'investigador té un rol actiu en la interacció amb els actors.

**transcripció** *f* Reproducció escrita del contingut de la gravació de les entrevistes i grups de discussió.

## Bibliografia

### Bibliografia bàsica

**Brunet, I.; Pastor, I.; Belzunegui, A.** (2002). *Tècniques d'investigació socials. Fonaments epistemològics i metodològics*. Barcelona: Pòrtic.

**Corbetta, P.** (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.

**Devine, F.** (1997). "El análisis cualitativo". A: D. Marsh; G. Stoker. *Teoría y métodos de la ciencia política*. Madrid: Alianza.

**Guasch, O.** (1997). *Observación participante*. Madrid: CIS.

**Isernia, P.** (2001). *Introduzione alla ricerca politica e sociale*. Bolonya: Il Mulino.

### Bibliografia complementària i referències bibliogràfiques

**Aho, J. A.** (1990). *The politics of righteousness: Idaho Christian patriotism*. Seattle: University of Washington Press.

**Aho, J. A.** (1994). *This thing of darkness: a sociology of the enemy*. Seattle: University of Washington Press.

**Ballart, X.** (1994). "Clientes de un servicio cultural. Una experiencia de evaluación con focus group". *Gestión y Análisis de Políticas Públicas* (núm. 1, pàg. 73-77). Madrid.

**Bericat, E.** (1998). *La integración de los métodos cualitativo y cuantitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.

**Bryman, A.; Burgess, R. G.** (1994). *Analyzing qualitative data*. Londres: Routledge.

**Callejo, J.** (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel ("Practicum").

**Chermak, S.** (1998). "Predicting crime story salience: The effects of crime, victim, and defendant characteristics". *Journal of Criminal Justice* (núm. 26, pàg. 61-70).

**Chirban, J. T.** (1996). *Interviewing in depth: the interactive-relational approach*. Londres: Sage.

**Crespo, I.** (dir.) (2002). *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto. Las elecciones generales de 2000 en España*. València: Tirant lo Blanch.

**Creswell, J.** (2009). *Research Design: Quantitatives, qualitatives and mixed methods approaches* (3a. ed.). Thousand Oaks: SAGE Publishing.

**Creswell, J. W.** (2012). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publishing.

**Dahl, R. A.** (1961). *Who Governs?* New Haven: Yale University Press.

**Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S.** (ed.) (1994). *Handbook of qualitative research*. Newbury Park: Sage.

**Devine, F.** (1992). *Afluent Workers Revisited: Privatism and the Working Class*. Edimburg: Edinburgh University Press.

**Ferrando, G.; Ibáñez, J.; Alvira, F.** (1992). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.

**Font, J.; Contreras, J.; Rico, G.** (1998). *L'abstenció en les eleccions al Parlament de Catalunya*. Barcelona: Mediterrània.

**Gamson, W. A.** (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

**García Jorba, J. M.** (2000). *Diarios de campo*. Madrid: CIS ("Cuadernos Metodológicos", 31).

**Hague, P. N.; Jackson, P.** (1997). *Cómo hacer investigación de mercados*. Bilbao: Ediciones Deusto.

- Hamm, M. S.** (1993). *American skinheads: the criminology and control of hate crime*. Westport: Praeger.
- King, G.; Keohane, R. O.; Verba, S.** (2000). *El diseño de la investigación social; la investigación científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza.
- Poslby, N. W.** (1971). *Community Power and Political Theory*. New Haven: Yale University Press.
- Pujadas Muñoz, J. J.** (1992). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Madrid: CIS ("Cuadernos Metodológicos", 5).
- Riba, Carles** (2007). "La qualitat de les dades en la investigació qualitativa". A: *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament* (pàg. 269-320). Barcelona: UOC.
- Ruiz Olabuenaga, J. I.** (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sarabia, B.; Zarco, J.** (1997). *Metodología cualitativa en España*. Madrid: CIS ("Cuadernos Metodológicos", 22).
- Soto Navarro, S.** (2005). "La influencia social de los medios en la percepción social de la Delincuencia". *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología* (núm. 7-9, pàg. 1-46).
- Valles, M. S.** (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis ("Sociología").
- Valles, M. S.** (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS.
- Vayreda, A.** (2010). *L'anàlisi de contingut*. Material docent UOC (Advanced Qualitative Methods in Knowledge Society Research - programa de doctorat).
- Willis, P.** (1988). *Apreniendo a trabajar. Cómo los chicos de la clase obrera consiguen trabajos de la clase obrera*. Madrid: Ed. Akal, 1978.
- Wolfinger, R.** (1974). *The Politics of Progress*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.