

---

# La metodologia qualitativa en els estudis d'economia i empresa

---

**Perspectives teòriques i qüestions de  
disseny**

PID\_00247044

Julie Wilson

---

Temps mínim de dedicació recomanat: 2 hores





# Índex

<b>Introducció</b> .....	5
<b>Objectius</b> .....	7
<b>1. Què és la recerca qualitativa en el context dels estudis d'economia i empresa?</b> .....	9
1.1. Per què la recerca qualitativa? .....	9
1.2. La recerca qualitativa comparada amb la recerca quantitativa ...	10
<b>2. Perspectives teòriques i epistemològiques de la recerca qualitativa: els cinc camps de Creswell (2012)</b> .....	14
<b>3. El disseny de recerca qualitativa</b> .....	19
<b>4. Altres consideracions importants</b> .....	20
4.1. Qüestions de gènere en la recerca qualitativa .....	20
4.2. L'ètica i la recerca qualitativa .....	21
<b>Resum</b> .....	22
<b>Bibliografia</b> .....	23



## Introducció

«Vull entendre el món des del teu punt de vista. Vull saber què saps i la manera en què ho saps. Vull entendre el significat de la teva experiència; caminar amb les teves sabates; sentir coses com les sentes tu, explicar coses com tu les expliques. Sigues el meu mestre i ajuda'm a entendre't.»

James P. Spradley

El concepte de *recerca qualitativa* fa referència a aquella recerca que aplica una gamma de mètodes qualitatis per a explorar, interpretar i entendre un camp donat o un objecte d'estudi d'una forma més aviat inductiva (Ren, 2016).

Aquests mòduls didàctics, pensats per als estudiants dels programes del Màster Universitari dels Estudis d'Economia i Empresa a la UOC, volen explorar la relació entre un conjunt de tècniques per a diferents tipus de dades i les qüestions epistemològiques i teòriques més àmplies que formen el fil conductor de la recerca qualitativa. L'objectiu principal és donar a l'estudiant una base sòlida de la metodologia qualitativa tant pel que fa als marcs metodològics (marcs teòrics i intel·lectuals que es relacionen amb la pràctica de fer recerca qualitativa), com per les tècniques de recerca qualitativa disponibles per als estudiants que vulguin cursar un treball de fi de màster amb alguna orientació qualitativa de l'itinerari de recerca dels seus respectius MU, incloent-hi entrevistes de recerca, grups de focus, anàlisi de discurs, netnografia i anàlisi visual.

En aquests mòduls didàctics coneixerem el món de la recerca qualitativa des de les perspectives dels estudis d'economia i empresa. Específicament, aquests materials cobriran, entre altres, els temes següents:

- Les qüestions epistemològiques associades a la recerca qualitativa («La metodologia qualitativa en els estudis d'economia i empresa»).
- Les construccions teòriques específiques i els marcs conceptuals («La metodologia qualitativa en els estudis d'economia i empresa»).
- Els tòpics relacionats amb mètodes específics (per exemple, entrevistes individuals i de grup, aproximacions observacionals i participatives) («Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa»).
- Com utilitzar la recerca qualitativa com a part d'una aproximació de mètodes mixtos («Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa»).
- Exemples i casos d'estudi dels tòpics d'economia i empresa («Metodologies qualitatives i estudis d'economia i empresa: exemples i casos d'estudi»).

En aquest primer mòdul, presentarem les metodologies qualitatives principals que els estudiants tenen a l'abast a l'hora de fer recerca. Està pensat com un primer tast del món de la recerca qualitativa i com una primera introducció a les possibles aplicacions de les metodologies qualitatives en l'àmbit d'economia i empresa.

El mòdul «Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa» proposarà una varietat de tècniques de recerca qualitativa concretes, que els estudiants poden aplicar als seus treballs de recerca, com per exemple en el seu treball de fi de màster (TFM).

En el mòdul «Metodologies qualitatives i estudis d'economia i empresa: exemples i casos d'estudi», exposarem uns quants casos d'estudi en les diferents temàtiques dels estudis d'economia i empresa que s'han elaborat a base de metodologies qualitatives. Explicarem com es poden treballar aquestes temàtiques fent servir una aproximació qualitativa.

## Objectius

Quan s'acabi aquest mòdul, l'estudiant hauria de poder:

1. Entendre per què es fa la recerca qualitativa.
2. Saber quins són els beneficis de la recerca qualitativa.
3. Distingir entre la recerca qualitativa i la quantitativa.
4. Entendre per què és necessari un bon disseny de recerca qualitativa.
5. Conèixer la importància d'enfocar un tòpic de recerca.
6. Entendre els elements importants a l'hora de dissenyar un estudi qualitatiu.
7. Veure com s'han aplicat diferents dissenys de recerca qualitativa.
8. Entendre quines són les suposicions teòriques i epistemològiques bàsiques de la recerca qualitativa.
9. Reconèixer la importància del gènere, el poder i l'ètica en la recerca qualitativa.





## 1. Què és la recerca qualitativa en el context dels estudis d'economia i empresa?

La recerca qualitativa en els camps associats amb els estudis d'economia i empresa agafa la seva inspiració principalment de les ciències culturals i socials com l'antropologia i la sociologia. Sovint, l'objectiu d'aquesta aproximació de recerca és explorar i buscar significats, desenvolupar una comprensió mitjançant estudis empírics, generant una «descripció densa» (*thick description*) (Geertz, 1973), o bé recollir materials rics en detall qualitatiu i significacions que poden ser objectes d'interpretació. La recerca qualitativa busca evitar fer generalitzacions, reclamacions magnífiques i reduccions, i sovint es caracteritza per un nivell alt de reflexivitat i una sensibilitat envers les relacions de poder i l'ambigüitat (Ren, 2017).

Malgrat que el concepte de recerca qualitativa cobreix una àmplia gamma de metodologies, habitualment es contraposa al de recerca quantitativa i deductiva atès que pretén explorar la complexitat i la naturalesa fragmentaria del món social. Aquesta exploració es pot dur a terme a través de treballs de camp etnogràfics que apliquen diversos mètodes que busquen desplegar aproximacions més inductives i exploratòries. Aquests mètodes inclouen entrevistes, observació participant, grups de focus, anàlisi de textos, narratives i discursos, fotos, documentació de vídeo i d'altres fonts visuals, estudis semiòtics, auto-etnografia i etnografia virtual (*netnografia*). Més recentment, s'ha intentat explorar les relacions entre les arts escèniques i les ciències socials, per exemple, a través de mètodes innovadors com ara la poesia i la curació virtual.

### 1.1. Per què la recerca qualitativa?

Els mètodes de recerca qualitativa són dissenyats per a ajudar que els investigadors entenguin les persones, el que diuen i el que fan, i també a entendre els contextos socials i culturals dins dels quals viuen les persones.

Un dels beneficis clau de la recerca qualitativa és que permet que els investigadors vegin i entenguin els contextos dins dels quals esdevenen les decisions i les accions. Acostuma a passar que les accions i les decisions humanes només poden ser enteses dins d'un context donat i, per tant, és aquest context el que ens ajuda a explicar per què algú actua d'una manera o altra. A més a més, la millor manera d'entendre aquest context (o els múltiples contextos) és parlar amb les persones. Els investigadors qualitatius saben que és pràcticament impossible entendre per què algú fa alguna cosa o per què ha passat alguna cosa en una organització sense haver parlat amb les persones rellevants.

#### Lectura recomanada

U. Flick (2004). *Introducción a la investigación cualitativa* (cap. VII). Madrid: Morata.

La majoria dels investigadors qualitius argumenten que si es vol entendre les motivacions de les persones, les seves raons, les seves accions, i el context de les seves creences d'una manera profunda, la recerca qualitativa és la manera més adequada.

La recerca qualitativa proporciona investigació de profunditat sobre individus, grups o institucions. Els investigadors qualitius es dirigeixen a l'entorn particular d'estudi perquè senten que les persones i les seves accions s'entenen millor quan són observades en els seus contextos socials i culturals. La recerca qualitativa fa servir les entrevistes, l'observació directa i els qüestionaris de resposta oberta, i es basa en mostres petites de grups d'objectiu per a obtenir una comprensió profunda d'un programa, un projecte o una activitat. Malgrat que els descobriments de la recerca qualitativa no es poden considerar «representatius» de la població general en un sentit estadístic (i, de fet, no es busca la representativitat), els seus descobriments sí que poden ser transferibles a altres contextos similars (FAWE, 2013).

## 1.2. La recerca qualitativa comparada amb la recerca quantitativa

Quines són les diferències principals entre la recerca qualitativa i la quantitativa? Podem veure-les a la taula següent:

Resum de les diferències principals entre la recerca qualitativa i la quantitativa

Recerca qualitativa	Recerca quantitativa
L'objectiu és una descripció complerta i detallada.	L'objectiu és classificar característiques, comptar-les i construir models estadístics per a intentar explicar les observacions.
L'investigador no té necessàriament una idea fixada per endavant d'allò que busca.	L'investigador sap clarament per endavant allò que busca.
El disseny de la recerca va emergint a mesura que l'estudi avança.	Tots els aspectes de l'estudi estan ben dissenyats abans de recollir les dades.
El mateix investigador és l'instrument de la recollida de dades.	L'investigador fa servir bases de dades o eines com ara enquestes o programaris per a recollir dades numèriques.
Les dades tenen forma de paraules, fotografies, vídeos o objectes.	Les dades tenen forma de números i estadístiques.
En general és més subjectiva: és important la interpretació individual dels esdeveniments (per exemple, ús de l'observació del participant i de les entrevistes en profunditat, etc.).	En general és més objectiva: busca mesurar i analitzar, de manera precisa, els conceptes objectius (per exemple, ús d'enquestes, qüestionaris, etc.).
Les dades qualitatives són més «riques», consumeixen més temps i són menys generalitzables.	Les dades qualitatives són més eficients, permeten posar les hipòtesis a prova però poden perdre detall contextual.
L'investigador tendeix a endinsar-se en la matèria de la recerca.	L'investigador tendeix a mantenir una separació objectiva de la matèria de la recerca.

Font: M. B. Miles; A. M. Huberman (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks: Sage.

Es pot veure, doncs, que hi ha unes diferències fonamentals entre la recerca qualitativa i la quantitativa, encara que tant els seus objectius com les seves aplicacions es poden solapar.

També es considera que la recerca quantitativa té com a propòsit central la quantificació de dades. Això permet fer generalitzacions dels resultats d'una mostra d'una població sencera d'interès i de la mida de la incidència de diversos punts de vista i opinions en una mostra donada. Tot i això, la recerca quantitativa, en general, no acostuma a anar acompanyada posteriorment d'una recerca qualitativa, la qual cosa permetria explorar els resultats d'una manera més aprofundida.

La recerca qualitativa pot resultar molt útil a l'hora d'obtenir una comprensió en profunditat de les motivacions i raons subjacents d'un tema. Pot proporcionar idees en relació amb l'enquadrament d'un problema. I alhora pot generar idees i preguntes per a formar la base d'una recerca quantitativa posterior. A més:

- Les fortaleses i les debilitats de la recerca qualitativa i quantitativa són un debat perenne, sobretot en les ciències socials. El tema pot invocar les clàssiques «guerres de paradigma».
- L'estil de pensament, la personalitat de l'investigador i la cultura de l'organització no són prou reconeguts com a factor clau a l'hora d'elegir el mètode.
- La tendència a sobreemfocar el debat en l'oposició «qualitatiu contra quantitativu» emmarca les dues metodologies. És important posar l'accent també en com les tècniques es poden integrar en una recerca de mètodes mixtos (veure el mòdul «Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa»). Seria molt positiu que els investigadors de les ciències socials desenvolupessin habilitats en ambdues tècniques, en lloc de debatre sobre quina és millor.

En la taula següent, més detallada, de Riba Campos (2014), es veuen més clarament les diferències entre els mètodes de recerca quantitativa i qualitativa. La taula posa de manifest que les decisions bàsiques, explícites o implícites, que fan que un investigador s'orienti cap a les metodologies qualitatives o les quantitatives, se centren en diferents dilemes, sis en total, davant dels quals l'investigador ha d'escollir.

Diferències entre els mètodes qualitativs i els quantitativs

Mètodes qualitativs	Mètodes quantitativs
Afavoreixen habitualment les estratègies idiogràfiques.	Afavoreixen habitualment les estratègies nomotètiques.
Acostumen a optar per la construcció d'objectes d'estudi més densos i complexos, i per les perspectives holístiques o globals sobre aquests.	Acostumen a optar per la simplificació, esquematització o reducció de l'objecte d'estudi.
Prefereixen les estratègies observacionals, renuncien gairebé sempre a la cerca de relacions causals i opten per l'establiment de relacions globals.	Generalment utilitzen les estratègies experimentals i, per tant, busquen relacions causals o almenys bidireccionals.

<b>Mètodes qualitius</b>	<b>Mètodes quantitius</b>
Acostumen a buscar la validesa d'aplicació i ecològica, abans que la validesa interna o de replicació.	Acostumen a buscar la validesa interna i de replicació abans que la validesa d'aplicació i ecològica.
Tenen en compte la subjectivitat per mitjà de l'observació participant o de l'observació documental, mitjançant l'adopció de punts de vista interiors (èmics) respecte a l'objecte d'estudi i assumint la intersubjectivitat com a valor.	Busquen l'objectivitat amb l'experimentació o l'observació no participant, des de punts de vista exteriors (ètics) respecte a l'objecte d'estudi.
Tenen molt en compte els significats inferits dels subjectes o comunicats per ells, la qual cosa fa que habitualment se serveixin d'unitats molars i que l'investigador adopti el paper d'interpret o hermenauta a partir de materials verbals o escrits.	S'interessen per la pura informació, matemàtica o física, que es desprèn de les dades i mostren una tendència a confiar més en les unitats i mesures moleculars.

Font: C. Riba Campos (2014). *Generalitats sobre els mètodes qualitius: trets bàsics, variants, camps d'aplicació i història*. UOC materials didàctics (PID\_00212221). Barcelona: UOC Publishing.

En la taula següent es mostren alguns exemples dels tipus més comuns de recerca qualitativa i quantitativa:

Tipus comuns de recerca qualitativa i quantitativa

<b>La recerca qualitativa: un enfocament en text, audiovisuals, significacions.</b>	<b>La recerca quantitativa: un enfocament en números.</b>
Recerca-acció	Enquestes
Recerca. Estudi de cas	Experiments de laboratori
Etnografia	Simulacions
Teoria fonamentada ( <i>grounded theory</i> )	Models matemàtics
Semiòtics	Models d'equacions estructurades
Anàlisi de discursos	Anàlisi estadística
Hermenèutics	Anàlisi economètrica
Narrativa i metàfora	

Font: M. Myers (2013). *Qualitative Research in Business and Management*. Londres: Sage.

Per a guiar els seus estudis, els investigadors qualitius depenen més de les preguntes de la recerca que de les hipòtesis (Creswell, 2012).

No obstant això, un primer pas important a l'hora de fer recerca és identificar un tema de recerca. Hi ha nombrosos factors que poden condicionar l'elecció del tema de la recerca. Per exemple, es pot triar un tema a causa del coneixement directe o per tenir-ne alguna experiència, o perquè s'identifica una àrea de recerca que no està encara ben entesa. Posteriorment s'elaboren les preguntes de recerca a partir del tema identificat.

### **Quin tipus de preguntes podem fer amb la recerca qualitativa?**

En la recerca qualitativa, la curiositat inicial dels investigadors sorgeix sovint de les observacions del món real, emergint de la interacció de l'experiència directa de l'investigador, les teories tàcites, els compromisos polítics, l'interès en la praxis i l'interès acadèmic per a avançar en el camp (FAWE, 2013).

Les preguntes més típiques que es poden fer són les preguntes tipus què, per què, com i quan:

- **Què** passa aquí?
- **Per què** passa?
- **Com** és que ha passat d'aquesta manera?
- **Quan** va passar?

## 2. Perspectives teòriques i epistemològiques de la recerca qualitativa: els cinc camps de Creswell (2012)

A nivell teòric, una categorització popular i útil separa les metodologies qualitatives en cinc grups:

- La recerca fenomenològica.
- La recerca narrativa.
- L'etnografia.
- La teoria fonamentada
- L'estudi de cas.

Creswell (2012) perfila molt bé aquestes cinc metodologies que podem trobar dins de la recerca qualitativa.

Aquestes cinc metodologies qualitatives fan servir, en general, tècniques de col·lecció de dades semblants (l'observació, l'entrevista, la ressenya de textos, etc.), però es diferencien per l'objectiu d'estudi. Tot i això, de vegades els límits entre les diferents metodologies poden ser força borrosos.

A continuació veurem aquestes cinc metodologies qualitatives més detalladament (seguint a Creswell, 2012):

### 1) La recerca fenomenològica

Quan es vol descriure un esdeveniment, una activitat o un fenomen, l'estudi fenomenològic és una metodologia qualitativa molt adequada. En la recerca fenomenològica s'utilitzen una combinació de mètodes (com ara les entrevistes, la lectura i la ressenya crítica de documents, mirar vídeos o visitar directament els llocs i esdeveniments) per a entendre les significacions que els participants aporten a allò que s'estudia; es confia en les perspectives dels participants per a proporcionar idees sobre les seves motivacions.

Igual que passa amb la resta de metodologies qualitatives, no es comença amb una hipòtesi ben formada. En un estudi fenomenològic, es fan sovint unes quantes entrevistes –normalment entre 5 i 25– sobre temes comuns per a poder obtenir un conjunt de dades que permeti buscar temes emergents i per a utilitzar els altres participants a l'hora de validar els descobriments.

### 2) La recerca narrativa

#### Lectura recomanada:

J. Creswell (2012). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: Sage (3a. ed.).

L'aproximació narrativa combina una seqüència d'esdeveniments, normalment a partir de només un o dos individus, per a formar una història cohesiva. Es fan entrevistes en profunditat, s'analitzen documents i es busquen temes comuns; en altres paraules, es tracta de descobrir com una història individual ens mostra les influències vitals més àmplies que la van crear originalment. Sovint, les entrevistes es fan durant setmanes, mesos o, fins i tot, durant anys, però la narrativa final no s'ha de presentar necessàriament en ordre cronològic. Al contrari, es pot presentar com una història (o narrativa) dividida en temes i pot servir per a reconciliar històries conflictives i destacar tensions i reptes que poden constituir oportunitats per a la innovació.

Per exemple, una aproximació narrativa pot ser un mètode idoni per a construir una tipologia de persones. Mentre que per a construir una persona s'hauria d'utilitzar una barreja de mètodes (incloent-hi l'anàlisi de segmentació d'enquestes), les entrevistes personals en profunditat amb els individus d'un col·lectiu ens poden proporcionar els detalls que ens ajudin a descriure la cultura d'aquest col·lectiu.

### 3) L'etnografia

L'etnografia és un mètode de recerca de les ciències socials i, a la vegada, és el nom del seu producte final escrit. Com a mètode, l'observació etnogràfica implica que l'investigador s'endinsa profundament i durant un termini llarg de temps en un lloc (un camp) d'estudi donat, per a documentar les vides diàries, els comportaments i les interaccions d'una comunitat de persones. Com a producte final escrit, una etnografia és un conte ric en descripció de la vida social i la cultura del col·lectiu que s'ha estudiat. Qualsevol camp pot servir com a escenari per a fer la recerca etnogràfica.

La recerca etnogràfica és probablement el tipus més conegut i aplicable de tots els mètodes qualitius disponibles. Amb l'etnografia, es tracta d'endinsar-se en l'entorn objectiu dels participants per a entendre els objectius, les cultures, els reptes, les motivacions i els temes que hi emergeixen. L'etnografia té les seves arrels en l'antropologia cultural, una disciplina en què els investigadors fan una immersió dins d'una cultura, sovint durant anys. Més que confiar en les entrevistes o les enquestes, s'experimenta l'entorn objectiu de primera mà i, de vegades, això es fa com a observador participant.

Per exemple, des de la perspectiva d'economia i empresa, una manera de despertar les necessitats no satisfetes dels clients és seguir-los «a casa» i observar-los mentre interaccionen amb el producte en el seu entorn habitual. No s'ha de formular cap hipòtesis per a posar-la a prova, sinó que s'ha d'observar per a descobrir com s'utilitza un producte.

### 4) L'estudi de cas

#### Vegeu també

En el mòdul «Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa» veurem més sobre les tècniques emprades per a dur a terme un estudi etnogràfic.

Fins i tot els investigadors quantitativs entenen el valor intrínsec d'un estudi de cas per a poder explicar una organització, una entitat, una empresa o un esdeveniment. Dur a terme un estudi de cas implica un enteniment en profunditat, amb múltiples tipus de fonts de dades. Els estudis de cas qualitativs poden ser explanatoris, exploratoris o descriptius.

#### **En què consisteix un bon estudi de cas qualitatiu?**

S'engloben dins l'àmplia categoria d'estudi de cas qualitatiu tots aquells projectes orientats d'una o altra manera a l'estudi de particularitats significatives. No van dirigits a l'estudi de grans mostres de població, sinó al descobriment i la comprensió del significat d'un cas particular –ja es tracti de casos biogràfics o de grups, de fenòmens o d'institucions socials– en allò que pugui tenir una rellevància singular. En els estudis de cas particulars l'objectiu és obtenir un coneixement de l'objecte d'estudi en la seva singularitat i en el seu propi context natural, sense que es puguin establir uns límits precisos i *a priori* entre el fenomen estudiat i el seu context.

Això comporta la participació activa de l'investigador en el context real i inclou com a element fonamental de la recerca, a més d'aspectes objectius (comprovació documental de dades, etc.), el recurs als relats i perspectives personals o subjectives dels agents. És apropiat per a captar elements significants de la vida real de les persones i els grups, en què hi interactuen conjuntament un gran nombre de factors, de manera que permet fer justícia a la complexitat i riquesa de les situacions socials concretes i reals.

I tot això, en aquelles situacions i amb aquells elements que no podríem abordar amb enquestes per qüestionari o amb un tractament quantitativ o estadístic de la informació i que exigeixen tècniques de recerca de tipus qualitatiu.

Es poden distingir tres tipus d'estudi de cas diferents:

- Estudi de cas biogràfic.
- Estudi de cas d'un fenomen, grup o institució social.
- Genealogia i memòria familiar.

Font: Adaptació de: [www.ersilia.org/canalrecerca/documents/tipologia\\_treballs/estudi\\_cas.pdf](http://www.ersilia.org/canalrecerca/documents/tipologia_treballs/estudi_cas.pdf).

### **5) Teoria fonamentada (*grounded theory* o GT)**

Segons Riba Campos (2014), pel que fa a una de les tendències més importants del món qualitatiu com és la teoria fonamentada (*grounded theory*), és obligat preocupar-se i ocupar-se del mostratge en el sentit que, de vegades, sembla molt proper al de la selecció dels subjectes en la investigació quantitativa, en la mesura que està indefectiblement abocat a la representativitat i a la generalització.

L'objectiu del mètode, com altres aproximacions de recerca qualitatives, no és construir lleis universals, sinó desenvolupar idees noves sobre un fenomen i poder oferir proposicions teòriques (Glaser i Strauss, 1967), amb la finalitat de «construir» o fonamentar noves teories i millorar els marcs teòrics existents.

#### **La teoria fonamentada en la recerca en turisme**

La teoria fonamentada com a mètode de recerca té un valor considerable per a la recerca en turisme perquè pot oferir nous nivells d'enteniment en relació amb l'estudi dels turistes i les seves interaccions amb els entorns turístics. La teoria fonamentada pot generar noves explicacions sobre les interrelacions i experiències entre el turista i l'espai turístic



a nivell d'individus i col·lectius, i sobre els processos centrals de l'experiència turística (Jennings i Juneck, 2007, pàg. 202).

Què fa que la teoria fonamentada sigui un mètode distintiu? Gibson i Hartman (2014) destaquen cinc principis centrals del mètode, que són:

- la transparència,
- el poder explicatiu,
- la generació contra la justificació,
- l'estructura teòrica, i
- el procés de recerca.

La transparència significa que la recerca no està dirigida per un marc teòric particular i que les preguntes de recerca haurien de quedar obertes durant tota la investigació. El poder explicatiu significa que el treball de recerca hauria de ser creïble i tenir pertinència a la vida real; que la teoria fonamentada estigui informada sempre per les necessitats locals i específiques (Denzin, 2007). La teoria fonamentada s'enfoca a tenir una perspectiva informada sobre els fenòmens i no es limita a justificar les idees preconcebudes, mentre que l'estructura teòrica es refereix a una sèrie de proposicions teòriques vinculades a categories centrals, en què s'han de definir les categories i relacionar-les amb altres. L'últim principi –que la recerca sigui específica i fidel al seu context local– demana que el procés de recerca sigui flexible i iteratiu i que consisteixi en varies fases en què les dades es codifiquen i s'interpreten.

A part d'aquests cinc camps metodològics identificats per Creswell (2012), s'hi pot afegir justificadament un sisè:

## 6) La investigació-acció

La investigació-acció té com a eix central l'aprenentatge col·lectiu de la realitat, basat en una anàlisi crítica amb la participació activa dels grups implicats, que s'orienta a estimular la pràctica transformadora i el canvi social (Aurea Social, 2017).

Efectivament, combina dos processos, el de conèixer i el d'actuar. Igual que en altres mètodes participatius, pot donar a les comunitats i a les agències de desenvolupament una eina per a analitzar i comprendre millor la realitat d'una comunitat (els seus problemes, necessitats, capacitats, recursos), i permet planificar accions i mesures per a transformar-la i millorar-la. Segons l'organització Aurea Social, és un procés que combina la teoria i la praxis, i que possibilita l'aprenentatge, la presa de consciència crítica de la població sobre la seva realitat, el seu apoderament, el reforç i ampliació de les seves xarxes socials, la seva mobilització col·lectiva i la seva acció transformadora. Per això, la seva finalitat és canviar la realitat i afrontar els problemes d'una població a partir dels seus recursos i de la seva participació.

### Lectura recomanada

A. McIntyre (2008). *Participatory Action Research*. Thousand Oaks: Sage.

En la investigació-acció, es combinen tres elements:

- Un procés de recerca reflexiu, sistemàtic, controlat i crític.
- El fet que la recerca no només és la finalitat última de la investigació, sinó que ella mateixa representa una font de coneixement, alhora que la realització de l'estudi és en si mateixa una forma d'intervenció.
- Hi estan involucrats no només els investigadors, sinó també la comunitat destinatària del projecte, que no són considerats com a simples objectes d'investigació, sinó com a subjectes actius que contribueixen a conèixer i transformar la seva pròpia realitat.

### 3. El disseny de recerca qualitativa

Un cop s'ha triat la metodologia qualitativa, s'han de tenir en compte una sèrie d'elements a l'hora de dissenyar i enfocar un estudi qualitatiu:

- Saber escollir les tècniques apropiades per a abordar una sèrie de qüestions de recerca pertinents a la investigació fent servir aproximacions qualitatives.
- Utilitzar una sèrie de tècniques per a generar i recollir dades qualitatives.
- Recollir i analitzar dades qualitatives mitjançant entrevistes, grups de focus i altres interaccions lingüístiques.
- Demostrar capacitats per a la generació de dades i l'aplicació de tècniques d'anàlisi d'una manera cuidada i apropiada.
- Saber avaluar les tendències en recerca qualitativa i ser conscient dels marcs de qualitat utilitzats per a avaluar la recerca qualitativa.
- Tenir una consciència crítica dels debats dins del camp qualitatiu.

A més a més, el disseny de la recerca qualitativa ha de seguir tres fases principals en el moment d'estructurar el procés de recerca en relació amb les preguntes de la recerca:

- Col·lecció i generació de dades qualitatives: quines tècniques utilitzem? quins límits cal posar-hi?
- Codificació i tractament de dades qualitatives: quines eines metodològiques cal aplicar-hi?
- Anàlisi i interpretació del material qualitatiu: dins de quin marc teòric o aproximació conceptual? amb quina metodologia?

#### Vegeu també

En el mòdul «Tècniques qualitatives en el context dels estudis d'economia i empresa» veurem amb més detall aquestes consideracions i les passes que cal seguir.

#### Vídeos recomanats

University of Derby (2013). «What makes a good interview? - Advanced qualitative methods». Disponible a: [https://youtu.be/LPwO-vOVxD4?list=PLHtOBB1DWljWf2N4jd6XmurnVTdEDs\\_Ij](https://youtu.be/LPwO-vOVxD4?list=PLHtOBB1DWljWf2N4jd6XmurnVTdEDs_Ij)

University of Derby (2013). «What makes a good qualitative research project: conclusions - Advanced qualitative methods». Disponible a: <https://youtu.be/lmZDTzIbwls>.

## 4. Altres consideracions importants

### 4.1. Qüestions de gènere en la recerca qualitativa

Una metodologia de recerca sensible al gènere pren una aproximació que té en compte el gènere com a variable significativa i que posa atenció a les semblances i diferències entre els homes i les dones, donant un valor igual d'important a les experiències de cadascú (FAWE, 2013). És important fer una recerca que presti atenció a les experiències de les dones i dels homes, perquè així es garanteix que cap d'aquests dos col·lectius no en quedi fora, en sigui ignorat o esdevingui invisible dins de la recerca.

La recerca en gènere també ens pot proporcionar marcs conceptuals i metodològics amb els quals les desigualtats que provenen del gènere es tinguin en compte d'entrada. De fet, destacar les diferències entre les vides de les dones i les dels homes és un pas cap a la necessitat urgent de reduir les desigualtat de gènere.

L'aproximació de gènere en la recerca qualitativa és transversal en les disciplines acadèmiques i no es restringeix a cap estratègia de recerca en particular.

Tot i això, és important distingir entre la recerca que inclou l'atenció de gènere, la recerca que és sensible al gènere i la recerca que és feminista. La recerca pot fer menció del gènere com a variable sense prestar atenció en absolut a la construcció social, cultural i política, i la importància de les identitats i relacions de gènere. La recerca sensible al gènere va més enllà de tractar el gènere com una variable ni més ni menys important que, per exemple, l'alçada o color dels ulls, i declara que el gènere és un fenomen social i cultural i la seva influència s'ha de prendre seriosament a l'hora de fer recerca qualitativa (FAWE, 2013).

#### Lectures recomanades

FAWE (2013). «A Guide to Gender-Sensitive Research Methodology». Disponible a: [http://www.fawe.org/Files/FAWE\\_Guide\\_to\\_Gender\\_Sensitive\\_Research.pdf](http://www.fawe.org/Files/FAWE_Guide_to_Gender_Sensitive_Research.pdf)

S. Kleinman (2007). *Feminist Fieldwork Analysis*. Thousand Oaks: Sage.

C. Warren; J.K. Hackney (2000). *Gender Issues in Ethnography*. Thousand Oaks: Sage (2a. ed.).

## 4.2. L'ètica i la recerca qualitativa

### Qüestions d'ètica en la recerca qualitativa

Segons FAWE (2013), abans de començar un treball de camp qualitatiu, els investigadors haurien de tenir en compte les consideracions ètiques següents:

- S'han d'obtenir els permisos ètics rellevants de la comissió de recerca corresponent (al nivell universitari, per exemple) per a dur a terme un estudi qualitatiu.
- L'investigador ha d'obtenir el consentiment informat i voluntari dels participants prospectius i el dels seus pares o responsables en el cas dels menors d'edat.
- Els participants prospectius han de saber abans de començar la naturalesa exacta de l'estudi, el seu perquè i els beneficis i riscos de participar-hi.
- S'ha d'informar els participants sobre la naturalesa voluntària de l'estudi.
- S'ha d'evitar qualsevol procediment de recerca que pugui causar danys físics o emocionals als participants.
- S'ha de poder assegurar la privacitat, confidencialitat i anonimat dels participants.
- S'ha de tenir consciència dels possibles temes culturals sensibles i assegurar que l'estudi no contravingui les normatives, els valors i les creences de l'entorn físic i humà dels participants.
- L'investigador ha de tenir consciència dels seus biaixos i procurar eliminar-los de l'estudi.
- S'ha de tenir consciència de les dinàmiques de poder que es poden crear entre l'investigador i els participants a nivell de la classe social, la raça i el gènere.

### Lectura recomanada

I. Shaw (2010). *Ethics and the Practice of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.

## Resum

En aquest mòdul, hem vist les principals metodologies qualitatives a nivell dels seus marcs teòrics principals i hem fet un primer tast de les possibilitats de fer-les servir en un projecte de recerca. També s'han observat qüestions de gènere i ètica a l'hora de fer la recerca qualitativa.

Fins ara no hem entrat gaire en les aplicacions específiques potencials d'aquestes metodologies en el context dels estudis d'economia i empresa, però en els dos mòduls següents començarem a veure amb més profunditat què ens poden aportar aquestes metodologies i les seves tècniques i mètodes associats en la recerca qualitativa en els diferents àmbits dels estudis d'economia i empresa.

### Lectura recomanada

Si voleu preparar-vos per als mòduls següents podeu consultar:

**M. Myers** (2013). *Qualitative Research in Business and Management*. Londres: Sage.

## Bibliografia

**Corbin, J.; Strauss, A.** (2015). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage (4a. ed.)

**Creswell, J.** (2012). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: Sage (3a. ed.).

**Denzin, N. K.** (2007). «Grounded theory and the politics of interpretation». A: A. Bryant; K. Charmaz (editors). *The Sage handbook of grounded theory*. Londres: Sage (pàg. 454-471).

**Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S.** (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Londres: Sage (4a. ed.).

**FAWE** (2013). «A Guide to Gender-Sensitive Research Methodology». Disponible a: [http://www.fawe.org/Files/FAWE\\_Guide\\_to\\_Gender\\_Sensitive\\_Research.pdf](http://www.fawe.org/Files/FAWE_Guide_to_Gender_Sensitive_Research.pdf).

**Gibson, B.; Hartman, J.** (2014). *Rediscovering grounded theory*. Londres: Sage.

**Glaser, B. G.; Strauss, A. L.** (1967). *The discovery of grounded theory*. Nova York: Aldine.

**Jennings, G.; Junek, O.** (2007). «Grounded theory: Innovative methodology or a critical turning from hegemonic methodological praxis in tourism studies». A: I. Ateljevic; A. Pritchard; N. Morgan (editors). *The critical turn in tourism studies, innovative research methodologies*. Oxford: Elsevier (pàg. 197-210).

**Miles, M. B.; Huberman, A. M.** (2009). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage (2a. ed.).

**Riba Campos, C.** (2014). *Generalitats sobre els mètodes qualitius: trets bàsics, variants, camps d'aplicació i història*. UOC, materials didàctics (PID\_00212221). Barcelona: UOC Publishing.

### Recursos addicionals

**LEAP Training Hub.** «Resources for those starting out with Qualitative Research Methods». Disponible a: <http://www.leaptraining.leeds.ac.uk/research-methods-resources/>.

**Methods@Manchester.** «Qualitative methods». Disponible a: <http://www.methods.manchester.ac.uk/themes/qualitative-methods/>.

