

# Tècniques d'anàlisi de dades

Agnès Vayreda

PID\_00192970



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>*

# Índex

<b>1. L'anàlisi del contingut</b> .....	5
1.1. Introducció .....	5
1.2. Etapes de l'anàlisi del contingut .....	9
1.2.1. Primera etapa: el procés de lectura flotant .....	9
1.2.2. Segona etapa: consolidació de l'anàlisi .....	19
1.3. Lectures: ampliació teòrica .....	25
<b>2. L'estudi de cas</b> .....	27
2.1. Definició .....	27
2.2. Prototip d'estudi de cas .....	28
2.3. Algunes consideracions sobre el disseny d'investigació .....	29
2.4. Lectures .....	30
2.5. Algunes consideracions finals sobre l'estudi de cas .....	32
2.6. La història de vida .....	33
2.6.1. Procediment de treball amb una història de vida .....	36
2.6.2. Lectures .....	36
<b>3. Fiabilitat, validesa i generalització de les dades qualitatives</b> .....	38
3.1. Introducció .....	38
3.2. Auge de les metodologies qualitatives .....	39
3.3. El debat "quanti-quali" .....	40
3.4. Validesa, rellevància i generalització .....	41
3.5. Lectures .....	42



# 1. L'anàlisi del contingut

## 1.1. Introducció

Aquest apartat sobre l'anàlisi del contingut s'ha elaborat sobretot (no únicament) a partir dels tres llibres que sobre aquesta temàtica són indiscutiblement els punts de referència en ciències humanes i socials:

- L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (ed. espanyola, 1986). París: PUF.
- P. Ghiglione; A. Blanchet (1991). *Analyse de contenu et contenu d'analyses*. París: Dunot.
- K. Krippendorff (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park, CA: Sage.

Seguint aquests autors, es podria definir l'anàlisi del contingut (AC) com un instrument d'anàlisi de discursos escrits i orals que cerca respondre una o més preguntes que la investigació ha plantejat prèviament o en el decurs de la lectura. L'AC és una de les **tècniques d'anàlisi qualitativa** més comunament utilitzada i sovint emprada com a sinònim d'anàlisi temàtica, és a dir, la que identifica els temes que s'aborden en un discurs. Com veurem més endavant, però, el tema només és una possibilitat, indiscutiblement molt important, entre d'altres, d'estructurar una anàlisi d'aquestes característiques.

En tot cas, l'anàlisi del contingut permet a l'investigador allunyar-se del que podríem considerar una lectura naïf o ingènua dels documents i discursos. En aquest sentit, Bardin parla de mantenir sempre una actitud de vigilància crítica (*vigilance critique*), molt útil per als especialistes de les ciències humanes i socials, ja que se sol tendir a sentir una certa familiaritat envers l'objecte d'anàlisi.

Com podreu comprovar ràpidament donant un cop d'ull a la llista que us proposem d'articles sobre anàlisi del contingut, els investigadors de ciències humanes i socials que s'han interessat per aquesta tècnica han perseguit objectius de recerca molt diversos i heterogenis. Així, a la llista (no exhaustiva, només exemplificadora) de Bardin que presentem al final d'aquest apartat també es podrien afegir les investigacions sobre la comunicació mitjançada per ordinador, és a dir, els discursos que es publiquen a Internet.

### Referència bibliogràfica

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 27). París: PUF.

### Vegeu també

Vegeu els textos recomanats sobre AC aplicada a la comunicació mitjançada per ordinador en l'apartat "Proposta de lectures: exemples d'aplicació de l'anàlisi del contingut".

“Soy investigador en sociología y trabajo en determinar la influencia cultural de las comunicaciones de masa de nuestra sociedad. Yo soy psicoterapeuta y querría captar lo que las palabras de mis «clientes» –sus balbuceos, sus silencios, sus repeticiones o sus lapsus– pueden desvelar sobre los progresos para salir de sus angustias u obsesiones. Yo soy historiador y, partiendo de las cartas enviadas a sus familiares antes de la catástrofe, me gustaría establecer la razón por la que tal batallón se dejó matar durante la Primera Guerra Mundial. Yo soy psicólogo y quisiera analizar las conversaciones que he mantenido con los niños de una clase para evaluar su adaptación. Yo estudio literatura y, dedicándome a Baudelaire, intento trazar la estructura temática de su base imaginativa mediante *Las flores del mal*, poemas en prosa y notas íntimas encontradas. Yo soy político y candidato derrotado, ahora he confiado a un grupo de estudios la tarea de desmontar la mecánica propagandística de mi rival para sacar provecho para el futuro. Yo soy publicitario, y deseando mejorar la adecuación de una campaña a sus objetivos, he solicitado a un gabinete de estudios realizar un análisis comparativo de los temas asociados al producto por medio de entrevistas de encuesta y de tema utilizados en la campaña actual.”

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 20). París: PUF.

Com es pot deduir després d'aquesta enumeració de situacions en què fer una anàlisi de contingut és pertinent i útil, els discursos amb què l'analista es pot trobar no tenen necessàriament un sol i únic contingut ni són objecte d'una sola interpretació. Com explica Krippendorff, això sempre dependrà dels objectius de la investigació, de les unitats del discurs que se seleccionin per a l'anàlisi i de l'àmbit de coneixement en el qual s'inscriui.

“Los mensajes no tienen un único significado que necesite «desplegarse». Siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas [...]. En cualquier mensaje escrito se pueden computar letras, palabras u oraciones; pueden categorizarse las frases, describir la estructura lógica de las expresiones, verificar las asociaciones, denotaciones, connotaciones o fuerzas ilocutivas; y también pueden formularse interpretaciones psiquiátricas, sociológicas o políticas. Todas estas cosas pueden poseer validez de forma simultánea. En suma, un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor. En estas circunstancias, **la pretensión de haber analizado el contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible.**”

K. Krippendorff (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (pàg. 30). Newbury Park, CA: Sage.

Resumint, doncs, el **contingut d'un discurs** està subjecte als objectius o interessos que en guien la lectura i en depèn.

Sota l'etiqueta *anàlisi del contingut* es troben diferents tendències. Tot i així, és possible identificar dues parelles de modalitats:

- Anàlisi del contingut **quantitativa** contra **qualitativa**. L'**anàlisi quantitativa** mesura la freqüència d'aparició de determinades característiques de contingut i obté dades descriptives per mitjà d'un mètode estadístic. En la **qualitativa** allò que inferim del discurs es deriva de la presència/absència d'alguns elements en el discurs i no únicament de la seva freqüència (com seria el cas d'una aproximació quantitativa).
- Anàlisi del contingut **descriptiva** contra **inferencial**. Tradicionalment, l'anàlisi del contingut ha estat descriptiva i centrada en el seu contingut manifest:

“Muchos estudios no se plantean cuestiones de prueba de hipótesis ni tampoco problemas de inferencia porque el interés de la investigación se centra en el contenido. El objetivo principal es entonces **la descripción de ese contenido, de su fondo o de su forma**. Por lo general, las investigaciones en las que el objetivo principal es la descripción son las investigaciones de carácter exploratorio y las investigaciones de índole histórico.”

E. López-Aranguren (1990). “Análisis de contenido”. A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 370). Madrid: Alianza.

Segons un dels seus primers teòrics i impulsors, Berelson (1952), l'anàlisi de contingut és una modalitat d'anàlisi que té com a objectiu descriure d'una manera objectiva, sistemàtica i quantitativa el contingut manifest de les comunicacions amb la finalitat d'interpretar-los (citada a Bardin, pàg. 459). Holsti (1969), un altre autor de referència en aquest àmbit, proposa una definició també molt coneguda segons la qual l'anàlisi de contingut és qualsevol tècnica d'investigació que serveixi per a fer **inferències** mitjançant la identificació **sistemàtica i objectiva** de les característiques específiques d'un text (citada a López Aranguren, pàg. 366).

Si comparem la definició de Berelson amb la de Holsti veurem que en la segona han desaparegut dos elements importants de la primera: els adjectius *manifest* i *quantitatiu* aplicats al contingut, amb la qual cosa s'obre la porta a un tipus d'**anàlisi qualitativa** i, també, la possibilitat d'analitzar el **sentit no manifest** o **latent** d'un discurs.

Holsti (1969) (citada a Krippendorff, pàg. 47) diferencia els dos moments de l'anàlisi –descriptiu i inferencial– a partir del que ell considera que són les dues finalitats bàsiques de tota anàlisi del contingut:

- Descriure les característiques de la situació de la comunicació, esbrinant qui diu què, com es diu i a qui es diu.
- Formular inferències pel que fa als antecedents o efectes de la comunicació.

Hi ha autors que diferencien entre dues funcions bàsiques de tota anàlisi del contingut:

- “Una función heurística: el análisis de contenido enriquece la validación exploratoria, aumenta la propensión al descubrimiento. Es el análisis de contenido «para ver».
- Una función de administración de la prueba. De hipótesis bajo la forma de cuestiones o de afirmaciones provisionales que, sirviendo de líneas directrices, recurrirán al método de análisis sistemático para resultar verificadas en el sentido de una confirmación o una invalidación. Es el análisis de contenido «para probar».”

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu*. París: PUF (pàg. 22).

## Referències bibliogràfiques

Qui vulgui aprofundir en la història de l'anàlisi del contingut pot consultar aquestes referències:

**K. Krippendorff** (1990). “Historia”. A: *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (cap. 1, pàg. 15-27). Newbury Park, CA: Sage

**L. Bardin** (1977). “Historique”. A: *L'analyse de contenu* (pàg. 11-25). París: PUF.

**J. Andréu** (2000). “Las técnicas de análisis de contenido; una revisión actualizada”.

També hi ha un acord a reconèixer que l'anàlisi no està limitada al contingut manifest dels missatges, sinó que es pot estendre als continguts latents, i que les anàlisis de contingut, com tota anàlisi, s'han de sotmetre posteriorment a proves de validesa i de fiabilitat. I, com no podria ser d'una altra manera, a la pràctica l'usual és trobar diferents combinacions de totes aquestes possibilitats.

Juntament amb López-Aranguren es pot dir que:

“El análisis de contenido es una técnica de investigación que consiste en el análisis de la realidad social a través de la observación y del análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades.”

E. López-Aranguren (1990). “Análisis de contenido”. A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 366). Madrid: Alianza.

A condició, és clar, de matisar que no es pot parlar d'una sola anàlisi de contingut, sinó d'un **conjunt de tècniques d'anàlisi**. No es tracta, doncs, d'un sol instrument sinó d'un ampli conjunt d'eines per a analitzar documents escrits i cercar respostes que poden ser tan dispars com la llista que ofereix Bardin i que reproduïm a continuació:

- “Identificar la axiología subyacente en los manuales escolares;
- Establecer una tipología de las aspiraciones conyugales en los anuncios matrimoniales de la publicación *Chasseurfrançais*;
- Calcular la implicación del político en sus discursos;
- Seguir la evolución de la moral de nuestro tiempo a través de la publicidad de una revista;
- Radiografiar la red de comunicaciones formales e informales de una empresa a través de las notas internas o las llamadas telefónicas;
- Buscar el inconsciente colectivo tras el análisis de las pintadas en lugares públicos;
- Actualizar la estructura de la narración en los chistes;
- Recopilar el repertorio semántico o la «sintaxis» de base de un sector publicitario;
- Establecer los estereotipos del papel de la mujer según las fotonovelas;
- Etc.”

Font: L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 23-24). París: PUF.



## 1.2. Etapes de l'anàlisi del contingut

Abans d'introduir-nos en la descripció del que proposem com a procés d'anàlisi pròpiament dit, ens aturarem un moment en el que s'entén per *validesa i rellevància dels resultats de l'anàlisi del contingut*. Quan se segueix un model d'anàlisi com el que proposem aquí, la fiabilitat dels resultats se sol referir a la necessitat que si altres investigadors i investigadores amb els mateixos objectius, en distints moments i en diferents circumstàncies, apliquen el mateix procediment a les mateixes dades, les seves interpretacions coincideixin amb les que s'han obtingut originalment. Per tant, és molt important que tot el procés sigui reproducible en el sentit que acabem de descriure perquè uns resultats siguin fiables. Dit d'una altra manera, quan fem una anàlisi del contingut és molt important mostrar clarament i obertament el procés d'anàlisi que s'ha seguit, explicitar-ne totes les fases i decisions, des de l'inici, i no oblidar cap etapa!

### Vegeu també

Per ampliar aquests aspectes, vegeu el mòdul "Fiabilitat, validesa i generalització de les dades qualitatives".

### 1.2.1. Primera etapa: el procés de lectura flotant

Abans de formular cap pregunta als materials que volem analitzar, és molt recomanable que fem una **lectura flotant**, com l'anomena Bardin, és a dir, una lectura atenta dels documents per a anar-se familiaritzant amb els discursos i deixar que vagin sorgint diverses impressions. Progressivament la lectura es farà més precisa i l'investigador començarà a identificar possibles vies per a l'anàlisi. D'aquesta primera lectura ha de ser possible avançar en la formulació (o matisació) de les preguntes de recerca (o hipòtesis) i en la definició del corpus de dades que s'analitzaran finalment.

En aquest primer període hem d'avançar en els tres eixos següents:

- Selecció dels documents que s'analitzaran (el **corpus**).
- Formulació dels **objectius** o **hipòtesis de l'anàlisi**.
- Identificació dels indicadors per a l'anàlisi (**unitats d'anàlisi**).

Aquestes tres activitats es troben estretament relacionades i es poden planificar de manera simultània:

"La selecció dels documents depèn dels objectius o, inversament, l'objectiu només serà possible en funció dels documents disponibles, els indicadors seran construïts en funció de les hipòtesis/objectius o, al contrari, les hipòtesis/objectius seran fundades a partir de la presència de certs indicis."

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 94). París: PUF.

### La construcció del corpus

L'**univers dels documents** que es vol analitzar es pot donar *a priori*, per exemple, quan es rep l'encàrrec d'analitzar els continguts d'uns documents concrets o la transcripció d'una o més entrevistes. Tanmateix, pot ser que tinguem un

objectiu o interès clar però que encara ens calgui definir l'univers de documents susceptibles d'aportar-nos informació sobre el problema o qüestió sobre el qual volem investigar.

Per exemple, l'objectiu podria ser descriure l'evolució del tractament de la multiculturalitat des de les institucions escolars de primària catalanes durant un determinat període. Aleshores, ens podríem plantejar analitzar els discursos de la Conselleria d'Educació en aquell període. Es tracta d'un material homogeni, ben conservat i accessible, pertinent i coherent amb relació als objectius plantejats. Una altra opció també podria ser analitzar els llibres de text de les escoles de primària. I podríem incloure alguna entrevista als actors institucionals i polítics. Aleshores ja no tindríem un material homogeni i, a més, podria arribar a ser un material molt ampli, excessiu per a poder-lo analitzar de manera qualitativa. Tot i així, continuaria essent un material adequat i coherent per als objectius de l'anàlisi.

Un cop hem seleccionat els discursos o documents, podem optar per estudiar-los tots o bé limitar la nostra recerca a una part solament. El **corpus** és la **selecció dels documents que analitzarem efectivament**.

La confecció d'un corpus de discursos per a analitzar ha de seguir els principis que s'exposen a continuació:

- Un cop s'ha definit el criteri per a construir un corpus determinat (en funció dels objectius o hipòtesis), s'ha de ser **exhaustiu**.

Per exemple, si es vol analitzar la percepció pública de les polítiques de gènere en la premsa escrita en català, qualsevol article que respongui a aquest criteri s'hauria d'incloure en el corpus.

- Quan sigui possible, es pot preparar una mostra del total del material que s'hauria d'analitzar. Aleshores, però, cal que aquesta mostra sigui **representativa** de la totalitat.

Continuant amb l'exemple anterior, si sabéssim que els articles es publiquen d'una manera repartida durant tot l'any, aleshores podríem decidir seleccionar només uns mesos i deixar-ne altres a fi i efecte que el corpus fos més reduït. Un altre criteri podria ser centrar-se únicament en els mesos just després de la promulgació de la llei d'igualtat, o just abans o després d'un determinant esdeveniment relacionat amb el tema que ens interessa investigar.

- En cas que volguéssim confeccionar o haguéssim de confeccionar el nostre corpus amb documents de naturalesa diferent, hauríem de procurar que els documents fossin **homogenis** des del punt de vista dels criteris que hem establert per al corpus. És a dir, que continuessin essent útils i pertinents per a respondre els objectius o hipòtesis que ens hem plantejat.

### Exemple d'heterogeneïtat del material biogràfic

Segons Allport (1970, pàg. 472) un document personal pot ser:

“todo escrito o manifestación verbal del propio sujeto que nos proporciona, intencionalmente o no, información relativa a la estructura y dinámica de la vida del autor. Se incluyen con toda seguridad en este grupo: 1) las autobiografías, generales o limitadas a un aspecto; 2) diarios personales y anotaciones diversas; 3) cartas; [...] 5) manifestaciones verbales obtenidas en entrevistas, declaraciones espontáneas, narraciones; 6) ciertas composiciones literarias.

Es importante observar que todos estos documentos proceden del propio sujeto; son documentos en primera persona. Existen, además, documentos en tercera persona, consistentes en manifestaciones de otros individuos sobre el sujeto: estudio de casos, historias de vida, biografías.”

Citat a: Aurora Rojo (1997). “Los documentos personales en la investigación sociológica: historias de vida, relatos, biografías, autobiografías, su diferenciación y pertinencia”.

- I, finalment, el més important és que els documents que hàgim seleccionat siguin **adequats** com a font d'informació, és a dir, que responguin als objectius de la nostra recerca.

Així, si dins d'un epistolari només ens interessen les missives escrites a una determinada persona, sobre un determinat tema, durant un determinat període, etc., establirem el corpus sobre aquesta base per tal de respondre preguntes sobre la relació entre els emissors, sobre l'opinió sobre un determinat tema, o sobre la percepció d'un determinat període històric.

El **corpus**, doncs, és el producte de la nostra investigació, el resultat d'una selecció que ha de seguir uns criteris clarament definits a partir dels objectius o hipòtesis de l'estudi.

En aquest sentit, podem afirmar que sovint és el resultat d'una construcció de l'investigador i no una cosa preestablerta. No afirmem que sempre sigui així perquè, com ja hem comentat, podria ser que rebéssim un encàrrec molt tancat o, també, que els documents fossin tan escassos que no tinguéssim més opció que analitzar-los en la seva totalitat.

### Com construeix les dades l'investigador? Un exemple d'anàlisi del contingut descriptiu

Els discursos són la matèria primera de l'anàlisi del contingut. Això vol dir que serà molt important definir quins discursos s'analitzaran i quins no, com definim aquests discursos, de quin univers de dades s'han obtingut. En altres paraules: com construïm les dades?

Per investigar quina era la imatge o les imatges successives d'Espanya que es van anar oferint a la població americana, López-Aranguren es va proposar analitzar "el material referente a España y los españoles que ha ido publicándose en estos últimos treinta años en diarios y revistas americanos de interés general, de ámbito nacional y de gran tirada."

L'autor especifica:

"Los datos para este análisis se encuentran en los artículos aparecidos en diarios y revistas americanas desde 1953 hasta el presente cuyo contenido total o parcial se refiera a España, los españoles, etc. Tendremos que dejar claro, pues, qué diarios y revistas serán incluidos en el análisis, por qué esos y no otros; si queremos o no los datos correspondientes a todos y cada uno de los años entre 1953 y 1984 –es decir, habrá que explicar o justificar todas las decisiones que se tomen relacionadas con el muestreo–; y si nos interesan o no todas las alusiones a España, los españoles, etc. O sólo algunas de ellas –y razonar cuáles y por qué."

E. López-Aranguren (1990). "Análisis de contenido". A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 367). Madrid: Alianza.

Pel que fa al **context del corpus**, val a dir que el context de les dades no s'ha d'imposar necessàriament a la investigació sinó que molt sovint és el mateix investigador qui el construeix en funció dels seus interessos de recerca i dels coneixements que té de les condicions de producció dels discursos. Per aquesta raó, és important que també s'expliquin i es justifiquin totes les condicions que envolten la producció dels discursos que ens interessa analitzar (anecedents, conseqüències, condicions concomitants, etc.)

Continuant amb l'exemple de López-Aranguren:

"En nuestra investigación [...] pueden entrar en la construcción del contexto de los datos las condiciones siguientes:

- Las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales que se dan en EEUU durante el periodo a investigar;
- Las cambiantes condiciones políticas, económicas, sociales y culturales que se dan en España en ese mismo periodo;
- Condiciones referentes a las relaciones políticas, militares, económicas y culturales entre España y USA a lo largo del periodo en pugna entre el bloque occidental y el bloque soviético;
- Las condiciones de todo tipo que definen y caracterizan a la prensa americana diaria y periódica –comenzando por la más básica, su retirada– y a su funcionamiento."

E. López-Aranguren (1990). "Análisis de contenido". A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 368). Madrid: Alianza.

## Resumint:

“En todo análisis de contenido debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos. Si bien los datos aparecen disponibles de una manera directa, su contexto lo construye el analista con el fin de incluir todas las condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes. [...] no existen límites lógicos en cuanto al tipo de contexto que un analista puede querer considerar. [...] El análisis de contenido, las convenciones de cada disciplina y los problemas prácticos dictaminan con frecuencia la elección de esos límites. [...] **los intereses y los conocimientos del analista determinan la construcción del contexto dentro del cual realizará sus inferencias.** Por lo tanto, es importante que conozca el origen de sus datos y ponga de manifiesto los supuestos que formula acerca de ellos y acerca de su interacción con el medio.”

K. Krippendorff (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (pàg. 37). Newbury Park, CA: Sage.

## La formulació dels objectius i de les hipòtesis de l'anàlisi

En qualsevol investigació que iniciem, per petita i insignificant que ens pugui semblar, hem d'explicitar amb claredat de què tractarà, quins són els interessos que la mouen. Aquest és el sentit del concepte *objectiu*. Significa, doncs, haver trobat algun detall, algun aspecte d'un tema o qüestió que pot ser objecte d'una exploració i anàlisi perquè o bé ha estat poc estudiat o bé la manera en què s'ha plantejat fins ara no ens convenç prou i pensem que la podem millorar.

Dit d'una altra manera, els **objectius** expressen els resultats que volem obtenir al final de l'anàlisi del contingut, el nou coneixement que volem produir.

En un projecte podem definir un **objectiu general**, com també diversos **objectius específics** que expressin d'una manera concreta l'abast dels generals.

“Por ejemplo, el autor de este capítulo dirige una investigación de tipo fundamentalmente descriptivo que trata de precisar cuál es la imagen que de España, las nacionalidades y regiones que la integran, los españoles, las instituciones españolas y los problemas con los que nos enfrentamos se tiene en los Estados Unidos de América y de cómo ha cambiado esta imagen desde 1953 (fecha de los acuerdos bilaterales entre España y USA) hasta 1984.”

E. López-Aranguren (1990). “Análisis de contenido”. A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 366). Madrid: Alianza.

A més d'aquest objectiu general, López-Aranguren es proposava respondre les preguntes següents:

“qué elementos componen esta imagen, cuáles son los estereotipos sociales que sobresalen. Por otro lado, queremos saber qué cambios ha experimentado esa imagen a lo largo del periodo 1953-1984, cuáles han sido las formas del cambio, y la magnitud y la dirección del mismo.”

E. López-Aranguren (1990). “Análisis de contenido”. A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 368). Madrid: Alianza.

És important, però, que hi hagi coherència entre tots dos nivells i que la diferència entre l'un i l'altre assenyali una distinció del rang d'abstracció en la qual estem treballant.

Una **hipòtesi** és una afirmació provisional que volem verificar gràcies a l'anàlisi del contingut, és una proposició provisional i exploratòria i, per tant, la seva veracitat o falsedat depèn de les proves empíriques.

### Lectura recomanada

Consulteu l'estudi següent com a exemple de plantejament d'hipòtesis en l'anàlisi del contingut:

**D. A. Huffaker; S. L. Calvert** (2005). "Gender, identity, and language use in teenage blogs". *Journal of Computer-Mediated Communication* (vol. 10, núm. 2, art. 1).

"Plantejar una hipòtesi significa preguntar-se: «és veritat que, tal com ho suggereixen les anàlisis *a priori* del problema i el coneixement que en tinc, o com m'ho fan creure les primeres lectures...?"

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 97). París: PUF.

No és obligatori tenir un grup d'hipòtesis perfectament establertes com a guia per a fer una anàlisi del contingut qualitatiu. Tot i que algunes anàlisis es fan sense idees preconcebudes, sempre que fem una anàlisi del contingut ens guiem per alguna hipòtesi implícita que potser no som capaços de reconèixer que hi és. Per tant, formular hipòtesis sovint pot consistir a explicitar i precisar –i, per tant, dominar– dimensions i direccions de l'anàlisi que d'altra manera serien implícites.

### Determinar les unitats d'anàlisi

Per a dur a terme una anàlisi del contingut és molt important decidir què volem observar, quins indicis volem resseguir. En definitiva, quines unitats d'anàlisi construïrem.

Una **unitat d'anàlisi** és un element del discurs que té un sentit rellevant i interessant per als nostres objectius. Des d'una perspectiva formal, també la podríem definir com la unitat més petita amb significat del discurs.

### Lectura recomanada

En la investigació següent podeu llegir un exemple d'unitat d'anàlisi:

**J. J. Igartua i altres** (2001, juny). "La violencia en la ficción televisiva. Hacia la construcción de un índice de violencia desde el análisis agregado de la programación". *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* (núm. 10).

Les unitats d'anàlisi són **indicis**, és a dir, són marques en el discurs: gràcies a la seva presència o absència podem inferir o conèixer l'existència d'alguna cosa, la imminència d'una altra cosa.

Des d'una perspectiva formal, un indicatiu pot ser qualsevol unitat d'un discurs, però els més utilitzats són:

- El **mot** (adjectius, noms, verbs, adverbis, pronoms, preposicions, articles, etc.). Probablement, l'indici més utilitzat i per aquesta mateixa raó més dúctil pel que fa al sentit que pot tenir en el context d'un discurs determinat.
- Una **estructura sintàctica** (passives, interrogatives, etc.). Les frases passives en un discurs o document polític, per exemple, ens poden indicar que l'enunciador (un partit) no busca incitar a l'acció del seu públic sinó tot el contrari...
- Qualsevol **característica formal** del discurs (presència o absència d'errors gramaticals, interferències idiomàtiques, repeticions, etc.) ha estat un element molt recurrent en les anàlisis per a avaluar aspectes individuals i de desenvolupament de pacients o infants fetes per psicòlegs i educadors.
- Les **frases fetes** (proverbis erudits o populars, aforismes, etc.) i les **figures retòriques** (metàfores, metonímies, hipèrboles, ironies, etc.) poden esdevenir indicis d'aspectes molt diversos. Ens poden ajudar a fer inferències sobre les creences, representacions i ideologies vehiculades per un missatge i, també, ens poden aportar indicis sobre una situació, un context o unes característiques d'un enunciador.
- La **citació** d'altres discursos o documents (directes o indirectes d'altres autors, èpoques, etc.) que ens porta o assenyala les seves condicions de producció, el que podríem anomenar *l'intertext* del document que volem analitzar, pot ser molt útil per a mostrar-ne les aliances, les fonts d'autoritat, allò que els permet justificar-se, etc. També identifica i assenyala els seus opositors o enemics.

### Lectures recomanades

Podeu consultar l'anàlisi següent com a exemple d'unitats gramaticals:

S. Gómez; E. Mena; A. Sedeño; I. Turci (2000). "Análisis de contenido aplicado a prensa semanal". *Psicothema* (vol. 12, supl. núm. 2, pàg. 261-266).

Pel que fa a la metàfora, podeu consultar:

Julia T. Williams Camus (2009). "Metaphors of cancer in scientific popularization articles in the British press". *DiscourseStudies* (núm. 11, pàg. 465-495).

D'aquesta manera, i més recentment, en l'anàlisi del contingut s'han anat sumant elements de l'**anàlisi de l'enunciació** o la perspectiva de la **teoria dels actes de parla**. En aquest sentit, alguns analistes del contingut recorren a en-

focaments més propis de l'anàlisi del discurs, en la línia del que es coneix com *l'escola francesa de l'anàlisi del discurs*. Així, com comentàvem a l'inici, les fronteres entre l'anàlisi del contingut i l'anàlisi del discurs es dilueixen molt sovint. La diferència entre tots dos enfocaments sempre s'ha de buscar en els objectius de l'anàlisi i no tant en els recursos i instruments de l'anàlisi.

### Lectures recomanades

Per a una visió més general de la teoria de l'enunciació podeu llegir:

A. Vayreda (1995). "Una aproximación al análisis del discurso desde la teoría de la enunciación". *Revista de Psicología Aplicada* (5, fasc. 1/2).

En aquest article trobareu les referències bàsiques de l'aproximació enunciativa. Si voleu consultar més exemples en aquesta línia, us recomanem la lectura dels capítols 4 i 5 del llibre:

H. Calsamiglia Blancafort; A. Tusón Valls (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel Lingüística.

### L'aproximació enunciativa

Resumint molt, hi ha dues gran maneres de comprendre l'interès per l'enunciació d'un discurs. Una primera, l'original podríem dir, que consisteix a interessar-se sobretot pels indicis de la presència en el text del subjecte enunciadador (individual o col·lectiu).

"[...] compete al análisis de la enunciación todo aquello que en el texto indica la actitud del sujeto respecto a lo enunciado: el texto se presenta siempre como «marcado» o no «marcado» subjetivamente, esto es, referido a un sujeto que manifiesta expresar sus opiniones, puntos de vista, referir una experiencia i unos acontecimientos respecto a sí mismo, o bien como hechos y saberes «objetivos» ajenos a quien los enuncia."

J. Lozano; C. Peña Marín; G. Abril (1999). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual* (pàg. 23). Madrid: Cátedra.

L'aproximació enunciativa, segons Kerbrat Orecchioni (1980, pàg. 32), s'interessa pels procediments lingüístics (*shifters*, modalitzadors, termes avaluadors, etc.) pels quals el locutor imprimeix la seva presència en l'enunciat, s'inscriu en el missatge (implícitament o explícitament) i se situa respecte d'aquest. Se solen anomenar *marques* o *traces enunciatives* les unitats lingüístiques que assenyalen les unitats que componen l'acte d'enunciació (citat a: O. Ducrot (1979). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje* (pàg. 230). Mèxic: SigloVeintiuno).

Una concepció més àmplia consisteix a analitzar les traces dels diferents elements constitutius de les condicions de producció (enunciació) d'un text. Així, per exemple:

"Puesto que la comunicación lingüística tiene a menudo por objeto la realidad extralingüística, a los hablantes debe serles posible designar los objetos que la constituyen: ésta es la función referencial del lenguaje (el o los objetos designados por una expresión forman su referente). No obstante, esta realidad no es necesariamente «la» realidad, «el» mundo. Las lenguas naturales, en efecto, tienen el poder de construir el universo al que se refieren; pueden, pues, darse un imaginario universo del discurso. La isla del tesoro es un objeto de referencia tan posible como la estación de Lyon."

O. Ducrot (1979). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje* (pàg. 287). Mèxic: Siglo Veintiuno.

Des d'aquesta segona manera de comprendre l'enunciació, les condicions de producció d'un discurs ja no es redueixen a les condicions de producció físiques d'una interacció verbal (l'aula, la llar, el despatx, etc.), sinó que es tracta d'una producció, en part, discursiva. Per exemple, en el cas d'una entrevista, la persona entrevistada va subministrant context en el sentit que es poden identificar una sèrie d'indicis en el discurs que ens portaran a allò que ella entén com el que és correcte, justificable/injustificable, etc. Ens porta, doncs, a les seves condicions de producció: qui parla?, des d'on parla?, a qui es dirigeix o qui és el seu interlocutor?

Des d'aquesta perspectiva, parlar equival a construir el món, la realitat, les nostres relacions. Des del moment en què assumim que dir equival a fer, que totes dues accions constitueixen una unitat indissociable, resulta pertinent preguntar-se (o incloure com a



objectiu de l'anàlisi) què s'intenta o es vol fer quan es diu el que es diu o s'escriu el que s'escriu, i quin tipus d'efecte produeix el seu discurs, sobre qui...

## El gènere o el context discursiu

En l'anàlisi del contingut és important interpretar les unitats d'anàlisi en el marc del seu context discursiu o del gènere al qual pertany. Un **gènere discursiu** és un tipus de producció lingüística que s'associa amb una activitat social particular i socialment ratificada, com pot ser un article científic, un diari personal o una entrevista.

### Lectura recomanada

Si us interessa aprofundir en el tema del gènere discursiu, podeu consultar:

**Norman Fairclough** (2008). "El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades". *Discurso & Sociedad* (vol. 2, núm. 1, pàg. 170-185).

"En realidad los estilos lingüísticos o funcionales no son sino estilos genéricos de determinadas esferas de la actividad y comunicación humana. En cualquier esfera existen y se aplican sus propios géneros, que responden a las condiciones específicas de una esfera dada, a los géneros, les corresponde diferentes estilos. Una función determinada (científica, técnica, periodística, oficial, cotidiana) y unas condiciones determinadas, específicas para cada esfera de la comunicación discursiva, generan determinados géneros, es decir, unos tipos temáticos, composicionales y estilísticos de enunciados determinados y relativamente estables."

Bajtín (1979, pàg. 252). Citat a: H. Calsamiglia Blancafort (1999). A: Tusón Valls. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* (pàg. 257). Barcelona: Ariel Lingüística.

En el cas d'una entrevista periodística, per exemple, sabem que es tracta d'un gènere d'interacció molt marcat socialment i culturalment, cosa que ens ha d'ajudar a interpretar-ne els continguts a partir del que socialment s'espera d'aquest tipus de trobada.

"Como ya sugeríamos más arriba, las situaciones sociales son habitualmente entendidas y vividas como partes de un dominio social más extenso (véase también la noción de «campo» en el trabajo de Bourdieu, 1985). El contenido categorial de un dominio puede variar desde el punto de vista cultural, pero en algunas sociedades contemporáneas (post) industriales, tal segmentación de lo social puede representar dominios como el de la política, los negocios, la educación, la salud, la justicia y así sucesivamente. Instituciones, roles sociales, profesiones, relaciones de poder y también la interacción social y discursiva, así como algunas otras estructuras societarias en los niveles macro y micro del análisis social, tienden a estar relacionadas con estos dominios. Asumimos aquí que los actores sociales, al relacionarse mediante textos o en la conversación, implícita o explícitamente tienen en cuenta esos dominios sociales, o, mejor, la idea que tienen de ellos. Las referencias a los mismos son especialmente previsibles cuando las cosas no van bien, cuando en las actividades o en los discursos se traspasa el límite del dominio, cuando la competencia profesional está en juego o cuando los dominios necesitan defenderse frente a miembros de otros dominios."

Teun A. van Dijk (2001). "Texto y contexto de los debates parlamentarios". *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos* (ISSN 1577-6921, núm. 2).

### L'exemple de la columna i l'editorial

1) La **columna** és el màxim exponent del periodisme personal. Respon al desig del lector de saber qui opina; per això el columnista hi pren un gran protagonisme. I també, generalment, respon al desig de saber què opina tal persona sobre tal tema: "què diu l'Espinàs sobre la reforma de l'ensenyament?", "què opina en Porcel sobre el nou govern?". Es basa, doncs, en el prestigi consolidat d'un professional que té uns seguidors fidels. Diu Gomis que un dels secrets de la columna és l'atmosfera d'intimitat que promou, és com un diàleg de tu a tu. Per això presenta alguns trets de les converses espontànies:

- Presència de díctics (jo, nosaltres, ara, sempre, etc.).
- Verbs *sentienti* (crec, sento, valoro, comprenc, etc.).
- Adjectius axiològics, valoratius (perillós, fonamental, greu, important, etc.).

2) L'**editorial** és el mitjà més important que té el diari per a exercir una influència sobre el grup social. Normalment l'autor és anònim –llevat d'alguns casos com el de *La Vanguardia*, en què el signa el director– o, si voleu, és el diari com a institució: “*El País* ha criticat la baixada d'interessos”, “*l'ABC* ha carregat contra el ministre *x*”. És la veu i el pensament del diari. A tots els països els editorials dels diaris de gran tirada tenen un pes argumentatiu molt notable, a partir d'un cert grau d'autoritat que els dóna precisament el fet de ser un diari important i llegit. L'editorial sol anar adreçat a elits amb capacitat de decisió: líders d'opinió, polítics, empresaris, professionals.

En l'editorial es parla dels fets que el diari considera més rellevants; per tant, s'hi fa una interpretació jerarquitzada de la realitat. Es comunica el fet important perquè es comenti i provoqui nous fets. “Explica un problema, jutja uns fets, demana l'adopció d'una mesura o atorga urgència a una acció” (Gomis, 1989, pàg. 175). En general, hi podem diferenciar tres parts:

- La introducció, que enuncia el tema i el relaciona amb les notícies del dia.
- El desenvolupament, que inclou els arguments sòlids i persuasius enfilats amb una estructura lògica que convenç el lector (apel·la a l'intel·lecte lligant fets amb relacions de causa i efecte i inferint-ne conseqüències).
- La conclusió, expressada amb claredat i fermesa (hi ha editorials que tan sols són explicatius, no arriben a cap conclusió, però d'aquesta manera es queden una mica curts).

L'editorialista ha de recórrer sovint a les fonts d'informació (arxius documentals, agències) i a l'assessorament dels experts per a mirar d'interpretar i argumentar bé allò de què vol parlar. Pensem que ha de ser totalment convincent si vol imposar la tesi que defensa.

Finalment, seguint Gomis (1989, pàg. 171), podem diferenciar dues menes d'editorials:

- Els que donen sentit a una informació.
- Els que defineixen la posició del diari davant un esdeveniment o una ideologia

Font: Carles-Enric Riba Campos (2007). *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament*. Barcelona: Editorial UOC.

## Què és un tema?

Un **tema** és una unitat de significació complexa des del punt de vista formal i també des del punt de vista del significat.

Un mot, una afirmació o també una simple al·lusió poden constituir un tema. Inversament, un mateix tema pot ser expressat i desenvolupat per mitjà de diversos i molt variats recursos. De fet,

“Lo que nos interesa primariamente es la noción general y preteórica de «tema» como «aquello de lo que se habla en una conversación. No resulta muy probable que se pueda identificar este tipo de «tema» con una parte de la oración.”

G. Brown; G. Yule (1993). *Análisis del discurso* (pàg. 98). Madrid: Visor Libros.

### Lectura recomanada

Si voleu aprofundir en aquesta problemàtica des d'una perspectiva teòrica, podeu consultar el capítol 3 del llibre:

G. Brown; G. Yule (1993). *Análisis del discurso*. Madrid: Visor Libros.

## Contingut latent

L'AC pot treballar sobre dos tipus de continguts: el contingut manifest (o explícit) i el contingut latent (o connotat, pressuposat, implícit). En el decurs d'una anàlisi del contingut no sols es poden combinar les dues aproximacions, sinó que fer-ho pot ser molt interessant.

- El **contingut manifest** es refereix a allò que es diu o que està escrit explícitament en un discurs o missatge. El sentit manifest d'una expressió sol donar peu a una interpretació general i compartida.
- El **contingut latent** es refereix al contingut implícit, a allò que no s'expressa obertament (cosa que no implica que s'amagui conscientment). Aquest tipus de sentit és suggerit, evocat, sobreentès i la seva interpretació pot ser més o menys compartida.

Un exemple de recurs pel contingut implícit és la pressuposició:

“los **presupuestos** definen una comunidad, las verdades que presumiblemente comparten los miembros de la conversación sobre el tema de que se habla. Como cualquier información expuesta por el locutor que no es cuestionada por el oyente, los presupuestos se sitúan, sin llegar a ser expuestos, en la categoría de lo que está admitido y establecido, de aquello a lo que podemos hacer referencia, pero sobre lo que ya no es posible polemizar.”

Núñez y Teso (1996, pàg. 85). Citat a: H. Calsamiglia Blancafort (1999). A: Tusón Valls. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* (pàg. 190-191). Barcelona: Ariel Lingüística.

### 1.2.2. Segona etapa: consolidació de l'anàlisi

#### Determinar les categories

L'anàlisi del contingut sol organitzar les unitats d'anàlisi en **categories** per a facilitar-ne l'anàlisi.

“La categorización es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos [...] bajo un título genérico [...] en razón de los caracteres comunes de estos elementos.”

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 90). París: PUF.

Com explica molt bé Riba:

“Aquesta categorització equival a una condensació del material i a una reducció sistemàtica de dades. Així perdem indubtablement informació de detall, a petita escala, però, en rescabament, guanyem capacitat de realitzar generalitzacions a més gran escala, acomodant la informació recollida en una espècie de taula amb les seves files i columnes.”

Carles-Enric Riba Campos (2007). *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament* (pàg. 235). Barcelona. Editorial UOC.

Les categories poden ser:

- **Semàntiques.** Quan classifiquen el contingut del missatge. Aquí s'inclourien classificacions de les unitats d'anàlisi per temes, conceptes, etc.
- **Pragmàtiques.** Quan classifiquen els distints efectes o conseqüències dels missatges, buscats o no pel subjecte de l'enunciat. Per exemple, una negociació, una exhibició de poder, una justificació o explicació, etc. (en general, qualsevol acció).
- **Enunciatives.** Quan recullen aspectes de les condicions de producció: posició enunciativa (qui enuncia), destinatari, personatges, etc.

### L'exemple del propietari d'un pis

Es tracta d'un paràgraf en què un marit propietari d'un pis expressava la seva estranyesa respecte de l'incompliment de les expectatives de venda de l'immoble, expectatives que tant ell com la seva dona s'havien fet després de la visita d'una parella de suposats compradors.

"Aquesta gent, quan ens va avisar l'agència que ens els enviaven, van venir de seguida i semblaven bons compradors. Semblaven molt interessats i semblaven bons compradors. Al principi jo hagués jurat que estaven a punt de decidir-se. De fet fins i tot van parlar (ells dos) de canviar algunes coses del pis. Van comentar que les finestres les farien totes noves. Vam pensar que tenien diners llargs i que serien bons pagadors. Van estar molta estona a casa, i quan van marxar semblava que ja s'hi trobaven com a casa seva. Jo vaig dir a la Cíntia (la meua dona) que truqués a l'agència perquè els collés i fossin a l'aguait. Però no van dir res en tot el dia. Ni l'endemà, ni la resta de la setmana. No enteníem res ni l'agència, tampoc. Al final els vaig trucar personalment i a sobre crec que els va molestar. Ja no els interessava. Qui ho entén!"

Sobre aquest material es pot assajar l'anàlisi de contingut següent: primer de tot el discurs presenta dues parts ben diferenciades, és a dir, una en què el narrador expressa o creu confirmar diverses expectatives de venda, i una altra en què fa palès el seu desencís en veure aquestes expectatives frustrades.

En aquest cas, interessava analitzar les expectatives que els propietaris tenien sobre els possibles compradors. Així, van crear **dues grans categories**, [expectatives +] i [expectatives -]. Recordem que les categories poden estar conformades per qualsevol tipus d'unitat d'anàlisi, i en aquest cas es tractava de mots i frases.

Així, el discurs en la seva quasi totalitat es va codificar en aquestes dues categories:

[expectatives +]		[expectatives -]	
Aquesta gent, quan ens va avisar l'agència que ens els enviaven, van venir de seguida	E+	Però no van dir res en tot el dia	E-
Semblaven molt interessats	E+	(no van dir res en tot el dia) (ni) l'endemà	E-
semblaven bons compradors	E+	(no van dir res en tot el dia) (ni) la resta de la setmana	E-
Al principi jo hauria jurat que estaven a punt de decidir-se	E+	No enteníem res	E-
De fet, fins i tot van parlar (ells dos) de canviar algunes coses del pis	E+	l'agència, tampoc	E-
Van comentar que les finestres les farien totes noves	E+	Al final els vaig trucar personalment	E-

[expectatives +]		[expectatives -]	
Vam pensar que tenien diners llargs	E+	a sobre crec que els va molestar	E-
(vam pensar) que serien bons pagadors	E+	Ja no els interessava	E-
Van estar molta estona a casa	E+	Qui ho entén!	E-
quan van marxar semblava que ja s'hi trobaven com a casa seva	E+		
Jo vaig dir a la Cíntia (la meva dona) que truqués a l'agència perquè els collés	E+		
(Jo vaig dir a la Cíntia –la meva dona– que truqués a l'agència perquè) fossin a l'aguait	E+		

A partir d'aquesta codificació es fa palès que les expectatives positives dominen lleugerament sobre les negatives i que aquest discurs presenta una organització rígida i dicotomitzada. Totes les expectatives positives s'agrupen en les vuit primeres línies, mentre que les negatives es concentren en les tres finals. Això es deu a un tipus d'argumentació: l'anomenada *retòrica de "fer-se la víctima"* que utilitza el narrador i que consisteix a insistir molt al començament en la seva confiança en un curs d'esdeveniments positius (per a ell), per a passar després, abruptament, a exposar la seva desil·lusió final. D'aquesta manera, al final el lector rep la mateixa dutxa d'aigua freda que ha rebut ell.

Noteu que totes les inferències que ha permès fer aquesta reorganització en categories i l'anàlisi de la seva freqüència sempre ens porten a la instància enunciativa (enunciador) del relat. En altres paraules, l'anàlisi respon a la pregunta sobre les expectatives del narrador

Ara, imaginem un segon exercici de categorització d'aquest relat. Podríem crear dues categories més com [enunciats factuais], és a dir, enunciats que denoten fets observables, indiscutibles i que no depenen de l'opinió o creença del narrador del relat, i [enunciats d'opinió], és a dir, enunciats que depenen del punt de vista o de la percepció del narrador amb els quals comunica creences i solen anar acompanyats de verbs modals com *semblar*, *creure* i *pensar*.

Així, es podrien encreuar les quatre categories i comprovar si les expectatives positives se sostenen sobre enunciats factuais, per exemple.

Font: Carles-Enric Riba Campos (2007). *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament* (pàg. 181-185). Barcelona: Editorial UOC.

### Exemple de la meditació transcendental

**Objecte d'estudi i hipòtesis.** L'autor d'aquest estudi es proposa estudiar un moviment de caire religiós anomenat *meditació transcendental* per mitjà dels seus documents i també de registres d'observació participant. Més concretament, el focus de l'estudi apunta a l'expressió de creences en els discursos i a l'exemplificació de rols socials i obligacions assumibles pels feligresos. Parteix de la hipòtesi segons la qual amb el temps, els continguts dels textos, tant per que fa a les creences com a les obligacions, aniran derivant envers una popularització del temes. *Popularització* significa en aquest context que els continguts religiosos esdevenen menys espirituals i més abocats a les coses terrenals i a la pràctica quotidiana.

**Selecció i mostratge.** Per al corpus es van seleccionar textos publicats dins d'un període de 20 anys, des de la fundació del moviment (1961) fins als primers símptomes de crítica. Van ser acceptats i inclosos, doncs, tots aquells materials que es puguin considerar documents oficials de la doctrina i que descriu creences, pràctiques i objectius socials. Més concretament, són oficials els documents que compleixen almenys una d'aquestes condicions: (a) ser publicats per la premsa privada del moviment; (b) ser escrits per un representant reconegut en una de les llistes enviades als militants i simpatitzants del moviment des de la seva seu central. Sobre aquesta base es recopilen 5.716 pàgines de literatura sobre meditació transcendental, però el període d'estudi queda reduït a 16 anys,

interval durant el qual es va publicar material que satisfia almenys una de les tres condicions a), b) o c).

El mostratge intratextual es resol per procediments aleatoris i quotes proporcionals a l'extensió de cada document del corpus. D'aquesta manera s'escullen 25 paràgrafs per any i, per tant, el material definitiu subjecte a anàlisi és de  $25 \times 16 = 400$  paràgrafs.

**Unitats d'anàlisi.** L'anàlisi treballa sobre un inventari de 26 mots que, situats en el seu context, serveixen d'indicadors de les categories.

**Categories.** L'autor fixa 19 categories temàtiques construïdes a partir de diverses combinacions de les 16 unitats d'anàlisi, un cop codificades, les quals funcionen com a indicadors semàntics. L'autor fonamenta el valor d'aquests indicadors en els seus estudis anteriors sobre la distinció entre religió popular i terrenal, per un costat, i mística o espiritual, per un altre. Per exemple: "il·luminació" i "esperit" són indicadors de categories de religió espiritual, mentre que "treball" i "salut" ho són de categories de religió popular o popularitzada, més adreçada als interessos seculars.

**Resultats de l'anàlisi.** La hipòtesi de l'autor se sosté gràcies a l'alta correlació entre l'any de publicació i l'anàlisi de les categories temàtiques.

Font: adaptat d'un exemple presentat per Carles-Enric Riba Campos (2007). *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament* (pàg. 261-262). Barcelona. Editorial UOC.

### La construcció de les categories pot seguir tres pautes diferents:

- Es poden proposar sense seguir una pauta d'anàlisi preestablerta, de manera que les categories que l'analista proposa per a ordenar el contingut dels enunciats **s'induiran** a partir dels discursos.
- Es pot optar per una pauta d'anàlisi tancada. És a dir, quan les categories estan **predeterminades** a partir d'un marc teòric concret o d'una anàlisi prèvia que voldríem contrastar, per exemple.
- Finalment, es pot dur a terme una **pauta mixta**, en què les categories analítiques siguin preestablertes però deixant la porta oberta per a construir-ne de noves. Aquest és el cas de les entrevistes. D'una banda, les preguntes de l'entrevistador poden ser conceptualitzades com a categories de tota la interacció verbal, sobretot si es tracta d'una entrevista molt pautaada i preparada. D'altra banda, les respostes formarien part d'allò amb què emplenem les categories.

### Lectures recomanades

Per a veure exemples de construcció de categories, podeu consultar:

**P. Mayring** (2000). "Procedures of Qualitative Content Analysis" (punt 4 de l'article "Qualitative Content analysis"). *FQS* (vol 1, núm. 2, art. 20).

**Julio Cabero Almenara; Felicidad Loscertales Abril** (dirs.) (1996). "Elaboración de un sistema categorial de análisis de contenido para analizar la imagen del profesor y la enseñanza en la prensa". Universidad de Sevilla.

Independentment de la pauta que seguim, la definició de les categories d'anàlisi sempre respondrà a les preguntes que fem a les unitats d'anàlisi o a alguns dels seus elements constitutius.

És com si hi apliquéssim un qüestionari o entrevistéssim el corpus.

### Exemple de categoria semàntica o temàtica

“la forma más rudimentaria de comprender lo que transmite el lenguaje exige clasificar las palabras o expresiones lingüísticas por las referencias (denotaciones, connotaciones) que establecen. Considérese, a título de ejemplo, las numerosas maneras en que se puede hacer referencia en un órgano de prensa al [*presidente de los Estados Unidos*] por su título oficial, por su nombre de pila, por el número que le corresponde dentro de la serie de los presidentes norteamericanos, por la cantidad de años que hace que está en el cargo, por su lugar de residencia (Casa Blanca) o por sus principales realizaciones políticas. Se requiere un considerable conocimiento lingüístico y político para aislar estas referencias de sus respectivos contextos y situarlas dentro de una misma categoría: la del ocupante de este cargo.”

K. Krippendorff (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (pàg. 62). Newbury Park, CA: Sage.

Les categories s'han de justificar en funció del que es coneix del context de les dades. En general, ja ho hem comentat i així ho afirma Krippendorff, els projectes d'anàlisi de contingut han de ser sensibles al context.

Resumint, el material sobre el qual l'anàlisi de contingut construeix un sistema de categories no és el discurs en brut, sinó el **registre d'unitats d'anàlisi**. D'aquest conjunt sol emergir el sistema classificatori i és sobre els resultats de la classificació que s'interpreta el discurs.

### Referència bibliogràfica

K. Krippendorff (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (pàg. 71). Newbury Park, CA: Sage.

### L'anàlisi inferencial

En l'anàlisi del contingut, el missatge o discurs, ja ho hem dit, pot ser objecte de diferents dimensions d'anàlisi. Es pot fer una anàlisi bàsicament descriptiva del contingut o, també, es pot fer el que s'anomena *una anàlisi més inferencial*. De tota manera, en qualsevol anàlisi del contingut, inclosa la més estrictament descriptiva, difícilment no es fa algun tipus d'**inferència**.

“Cuando el contenido de mensajes y comunicaciones es analizado con el fin de apoyar conclusiones acerca de cuestiones no relacionadas con el contenido, entonces la investigación adquiere un carácter explicativo o inferencial que sustituye, o bien se añade al carácter descriptivo.”

E. López-Aranguren (1990). “Análisis de contenido”. A: Manuel García Ferrando; Jesús Ináñez; F. Alvira, (eds.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (3a. ed., pàg. 370). Madrid: Alianza.

L'analista és com un detectiu, comenta Bardin: treballa resseguint traces o indicis. De l'anàlisi dels indicis, n'infereix coneixements sobre els temes, l'emissor del missatge, el receptor o l'audiència, el context cultural, etc. Ja ho hem comentat més amunt, per a l'anàlisi del contingut hi ha dues grans categories d'inferències:

- Les que es refereixen a l'origen, condicions i antecedents de la comunicació. Aquest tipus respon a les preguntes *qui diu/escriu alguna cosa i per a fer què*. En aquest cas les inferències es poden referir a qualsevol element

constituti de les seves condicions de producció. Fins i tot, trobem autors que sostenen que aquest és l'únic objectiu de l'anàlisi del contingut:

“Tota anàlisi de contingut té com a objectiu, no l'estudi de la llengua o del llenguatge, sinó la determinació més o menys parcial, del que anomenarem les condicions de **producció dels textos**. El que es vol caracteritzar són les condicions de producció i no els textos mateixos. El conjunt de les condicions de producció constitueix el camp de determinació dels textos.”

P. Henry; S. Moscovici (1968). “Problèmes de l'analyse de contenu”. *Langage* (núm. 11).

- Les inferències que es refereixen als resultats o efectes de la comunicació i que responen a una pregunta com *quins efectes o conseqüències té el que s'escriu*.

Segons Krippendorff, en tota anàlisi del contingut s'ha d'enunciar amb claredat la finalitat o l'objectiu de les inferències. L'objectiu, recordem-ho, és allò que se cerca conèixer.

“Si la descripció (l'enumeració resumida de les característiques del text) és la primera etapa, necessària, i si la interpretació (la significació acordada a aquestes característiques) és la darrera fase, la inferència és el procediment intermedi que permet el pas, explícit i controlat de l'una a l'altra.”

L. Bardin (1977). *L'analyse de contenu* (pàg. 39). París: PUF.

Uses of Content Analysis by Purpose, Communication Element, and Question

Purpose	Element	Question	Use
Make inferences about the antecedents of communications	Source	Who?	Answer questions of disputed authorship (authorship analysis).
	Encoding process	Why?	Secure political & military intelligence. Analyze traits of individuals. Infer cultural aspects & change. Provide legal & evaluative evidence.
Describe & make inferences about the characteristics of communications	Channel	How?	Analyze techniques of persuasion. Analyze style.
	Message	What?	Describe trends in communication content. Relate known characteristics of sources to messages they produce. Compare communication content to standards.
	Recipient	To whom?	Relate known characteristics of audiences to messages produced for them. Describe patterns of communication.

Note. Purpose, communication element, & question from Holsti (1969). Uses primarily from Berelson (1952) as adapted by Holsti (1969).

Font: Quadre resum de Holsti (1969). El podeu trobar també a l'entrada “content analysis” de la Wikipedia.



Purpose	Element	Question	Use
Make inferences about the consequences of communications	Decoding process	With what effect?	Measure readability. Analyze the flow of information. Assess responses to communications.

Note. Purpose, communication element, & question from Holsti (1969). Uses primarily from Berelson (1952) as adapted by Holsti (1969).

Font: Quadre resum de Holsti (1969). El podeu trobar també a l'entrada "content analysis" de la Wikipedia.

### 1.3. Lectures: ampliació teòrica

#### Introduccions teòriques

1) **Andréu, J.** (2000). "Las técnicas de análisis de contenido; una revisión actualizada".

Es tracta d'un text que revisa i enumera les característiques principals de l'AC. La lectura és molt recomanable perquè, a més de resumir molt clarament els atributs principals d'aquest enfocament, ofereix exemples que són molt aclaridors.

2) **Mayring, Philipp** (2000). "Qualitative Content Analysis". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* (vol. 1, núm. 2, art. 20).

The article describes an approach of systematic, rule guided qualitative text analysis, which tries to preserve some methodological strengths of quantitative content analysis and widen them to a concept of qualitative procedure.

First the development of content analysis is delineated and the basic principles are explained (units of analysis, step models, working with categories, validity and reliability). Then the central procedures of qualitative content analysis, inductive development of categories and deductive application of categories, are worked out. The possibilities of computer programs in supporting those qualitative steps of analysis are shown and the possibilities and limits of the approach are discussed.

3) **Kohlbacher, Florian** (2005). "The Use of Qualitative Content Analysis in Case Study Research". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* (vol. 7, núm. 1, art. 21).

This paper aims at exploring and discussing the possibilities of applying qualitative content analysis as a (text) interpretation method in case study research. First, case study research as a research strategy within qualitative social research is briefly presented. Then, a basic introduction to (qualitative) content analysis as an interpretation method for qualitative interviews and other data material is given. Finally the use of qualitative content analysis for developing case studies is examined and evaluated. The author argues in favor of both

case study research as a research strategy and qualitative content analysis as a method of examination of data material and seeks to encourage the integration of qualitative content analysis into the data analysis in case study research.

## 2. L'estudi de cas

### 2.1. Definició

Què és un estudi de cas? En les tres dècades passades, les ciències socials i humanes han assistit al creixement progressiu de la importància de l'estudi de cas en els seus dissenys d'investigació. No obstant això, encara no hi ha un consens clar en la caracterització d'aquest procediment. Alguns autors el consideren un mètode; d'altres, més àmpliament, una metodologia; alguns, un disseny d'investigació i els menys, un heurístic transdisciplinari; és a dir, una pregunta que permet l'organització d'una investigació i desborda les fronteres de les velles disciplines acadèmiques.

Sigui com sigui, les definicions que més es fan servir per a caracteritzar l'estudi de cas insisteixen en el següent:

“Un estudi de cas es pot definir tècnicament com el registre i mesura d'una única dimensió, escollida prèviament per l'investigador, d'un fenomen concret.”

H. Eckstein (2002). “Case study and theory in political science”. A: R. Gomm; M. Hammersley; P. Foster (eds.). *Case study method: Key issues, key texts* (pàg. 124). Londres: Sage.

“Un estudi de cas és una indagació empírica que investiga un fenomen contemporani en el seu context real de desenvolupament, especialment quan els límits entre el fenomen i el seu context no són evidents.”

R. Yin (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (pàg. 13). Thousand Oaks, CA: Sage.

“Un estudi de cas és un problema que ha de ser estudiat; amb aquesta acció aconseguirem entendre millor un «cas» o sistema delimitat, que implica la comprensió d'un esdeveniment, d'una activitat, d'un procés o d'un o diversos individus.”

J. Creswell (2002). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed method approaches* (pàg. 61). Londres: Sage.

La primera definició ofereix una aproximació tècnica en la qual la noció de cas apareix com el centre d'interès o variable especialment rellevant. La segona és menys tècnica i convida l'investigador a comprometre's en un treball etnogràfic per a delimitar i diferenciar l'esdeveniment sota l'anàlisi del seu context d'emergència o producció. La tercera sembla que remet a sistemes complexos articulats a partir d'estrats de significació i sentit que es desvetllaran un per un i gradualment en el desenvolupament de l'estudi de cas.

En qualsevol cas, totes comparteixen el fet de considerar l'**estudi de cas** com un dispositiu per a generar dades i proves sobre un fenomen específic, definit i fitat, prèviament a la recollida d'aquestes dades, d'una manera precisa i sistemàtica.

A més, les tres preveuen el fet que l'estudi de cas pot utilitzar com a eines de recollida de dades les **entrevistes** (individuals o grupals), l'**observació participant** i l'anàlisi **documental**. Si bé el rang de procediments per a produir i recollir dades en un estudi de cas és més ampli, els mecanismes esmentats conformen el nucli dur i central de les eines que la metodologia que ens ocupa té sempre a la seva disposició en la seva implementació.

## 2.2. Prototip d'estudi de cas

El prototip d'un estudi de cas tindria en compte les característiques següents:

- **Mida reduïda.** L'estudi de cas representa una anàlisi profunda i intensa de certes unitats específiques. L'augment del nombre d'aquestes unitats sol reduir l'efectivitat i precisió de l'estudi de cas.
- **Detall del context.** Els estudis de cas proveeixen l'investigador d'una anàlisi molt detallada del context del fenomen analitzat.
- **Escenaris naturals.** Els investigadors que treballen amb anàlisis de cas trien sistemàticament situacions d'anàlisi en què hi ha poc control sobre els comportaments, les organitzacions o els esdeveniments. L'estudi de cas és especialment adequat per a investigar en escenaris complexos i allunyats del laboratori. Aquest tipus de metodologia parteix del pressupòsit que els escenaris naturals esmentats no es poden reduir a simples relacions causa-efecte. La revisió de les dades històriques, les trames de significat i sentit i altres dimensions culturals es consideren eixos fonamentals en la comprensió del fenomen analitzat.
- **Delimitació.** Els estudis de cas proporcionen una descripció detallada d'un fenomen especialment fitat en el temps i l'espai. La delimitació temporal i espacial estableix en un context donat les estructures, esdeveniments i relacions que són interessants per a la investigació.
- **Hipòtesi de treball i lliçons apreses sobre la marxa.** Els estudis de cas solen operar amb una hipòtesi de treball que experimentarà profundes modificacions a mesura que s'obtenen dades i proves. Per tant, l'estudi de cas assumeix que la hipòtesi de treball amb la qual s'inicia una investigació constitueix un mer heurístic que guia els primers passos de l'investigador i

experimentarà àmplies transformacions a mesura que s'avanci en la comprensió del fenomen estudiat.

- **Dades que provenen de fonts múltiples.** Habitualment l'estudi de cas utilitza diverses fonts per a obtenir dades. Aquesta pràctica desenvolupa línies convergents d'investigació que faciliten la triangulació i ofereixen troballes que probablement són més convincents i ajustades a la realitat del fenomen analitzat.
- **Ampliació.** Els estudis de cas enriqueixen i transformen potencialment la comprensió prèvia que té un lector del fenomen analitzat i n'estenen l'experiència. I això passa més d'una manera intensa que extensa, ja que l'estudi de cas descobreix o construeix factors inseparables i constituents de la realitat del fenomen sota atenció.

### 2.3. Algunes consideracions sobre el disseny d'investigació

Hi ha cert consens a l'hora de considerar que hi ha tres grans situacions que recomanen l'ús de l'estudi de cas davant d'altres metodologies qualitatives:

- La primera fa referència a les preguntes *com* i *per què*. Quan els objectius d'una investigació apunten a aquests aspectes qualitius es recomana un disseny a partir de l'estudi de cas.
- La segona insisteix en circumstàncies en què l'investigador vol analitzar fenòmens sobre els quals no es pot tenir control. Ens referim a fenòmens que s'esdevenen en escenaris naturals, etc.
- La tercera, molt similar a l'anterior, recomana l'ús de l'anàlisi de cas quan les nostres preguntes de treball tenen a veure amb fenòmens contemporanis i el seu desenvolupament en un context real.

En termes generals, el **disseny d'investigació** d'un estudi de cas sol tenir en compte els components següents:

- Les preguntes de treball (com, per què, etc.).
- Proposicions teòriques o hipòtesis de treball inicials.
- Unitats d'anàlisi de l'estudi (relacions socials, institucions, grups, individus, etc.).
- Interacció entre proposicions teòriques i dades.
- Conclusions.

Un dels elements fonamentals per a fer una anàlisi de cas correcta és la **direcció** o **conducció**. Normalment s'assenyalen les condicions següents com a indispensables per al bon desenvolupament:

- Bon coneixement del fenomen per part de l'investigador.
- Certa sensibilitat i obertura davant la novetat, l'inesperat i les dades o *insights* estranys.
- Bateries elaborades de preguntes.
- Pacència per a escoltar i observar.
- Flexibilitat i capacitat d'adaptació.

Resulta freqüent utilitzar sis **fonts de dades i evidències**:

- Documents (agendes, cartes, registres escrits, etc.).
- Entrevista qualitativa (individual i grupal).
- Observacions directes (formals o casuals).
- Observació participant.
- Aspectes físics i materials.
- Registres i enregistraments.

## 2.4. Lectures

Presentarem l'estudi de cas com a metodologia qualitativa a partir de les lectures següents:

### Lectures recomanades

Aquestes lectures ofereixen una sèrie de textos que permeten comprendre què és un estudi de cas, com es fa i quines dimensions se n'han de controlar durant la implementació metodològica.

1) **Marcelo, Carlos i altres** (1991). *El estudio de caso en la formación del profesorado y la investigación didáctica* (cap. 1.). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Aquesta lectura de Marcelo és un text clàssic en castellà. Malgrat estar pensada i redactada per a aplicar l'estudi de cas en l'univers de la pedagogia, la seva claredat d'exposició i els temes tractats en relació amb l'ús i aplicació de l'estudi de cas la converteixen en un text molt recomanable per a les persones interessades en aquesta metodologia.

2) **Hamel, Jacques; Dufour, Stéphane; Fortin, Dominic** (1993). *Case Study Methods* (cap. 4). Londres: Sage.

Aquesta lectura constitueix un complement magnífic a les propostes que apareixen en l'anterior. Formulada com una guia, revisa els diferents aspectes que s'han de valorar en el disseny de tot estudi de cas.

**3) Flyvbjerg, Bent (2004).** "Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso". *REIS* (vol. 106, núm. 4, pàg. 33-62).

És un altre cas de text clàssic que atès el seu gran interès pedagògic en l'aprenentatge dels estudis de cas, la *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* el va traduir al castellà l'any 2004. En les seves pàgines, l'autor presenta gradualment l'estudi de cas com a metodologia qualitativa discutint i rebatent els mites principals que hi ha sobre aquest procediment. Aquests són cinc:

- Considerar que el coneixement teòric és més valuós que el pràctic.
- La impossibilitat de generalitzar a partir de l'estudi de cas.
- Els estudis de cas només serveixen per a generar hipòtesis però no per a explicar.
- El biaix envers la verificació.
- La dificultat de resumir estudis de cas específics.

L'autor no solament contesta d'un en un als mites esmentats, sinó que conclou sostenint que:

"una disciplina sin un gran número de estudios de caso cocienzudamente realizados es una disciplina sin una producción sistemática de ejemplares, y que una disciplina sin ejemplares es una disciplina ineficaz. Una mayor producción de estudios de caso en la ciencia social podría contribuir a remediar esta situación".

Bent Flyvbjerg (2004). "Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso". *REIS* (vol. 106, núm. 4, pàg. 58).

**4) Martínez Sánchez, Amparo; Musitu Ochoa, Gonzalo (eds.) (1995).** "Las instituciones educativas de menores y jóvenes marginados. Estudio de un caso". A: *El estudio de casos para profesionales de la acción social*. Madrid: Narcea

Aquesta lectura de Martínez Sánchez planteja una sèrie d'exercicis pràctics amb la finalitat de fer una anàlisi crítica i un estudi intern de l'organització d'un centre de protecció i reeducació de menors. L'interès d'aquest text recau en dues qüestions molt específiques. La primera fa referència al fet que planteja dur a terme un estudi de cas a partir d'una sèrie d'exercicis concrets i delimitats. La segona és que planteja l'estudi de cas amb l'objectiu de produir un procés d'intervenció social. El text busca identificar els punts febles i forts de l'organització esmentada per a generar actuacions que condueixin a la revisió del funcionament del centre. Per tant, som davant un text que vincula l'estudi de cas amb la intervenció social.

## 2.5. Algunes consideracions finals sobre l'estudi de cas

Encara que no se sol esmentar amb freqüència en els manuals que indiquen com es fa un bon estudi de cas, convé aclarir que la implementació d'aquesta metodologia exigeix la **preparació d'un protocol que en guiï el desenvolupament**. Aquest, per descomptat, ha de contenir els diferents instruments que guiaran la investigació, però també, i aquí se'n troba l'interès principal, els procediments i regles generals que s'han de seguir per a aplicar aquests instruments. Per exemple, ha de contenir els objectius de la investigació, les lectures que s'han fet, els temes principals per tractar, etc. Però, de la mateixa manera, el mecanisme d'accés al camp d'investigació, la hipòtesi que el guiarà i una guia d'aplicació.

De la mateixa manera, la bibliografia esmentada no insisteix gaire en l'anàlisi que s'ha de fer amb les dades que s'han obtingut amb l'estudi de cas. Això es deu a dues raons. En primer lloc, aquesta anàlisi se sol vincular al procediment mateix d'aixecament de la informació. És a dir, si utilitzem entrevistes, qüestionaris o reunions de grup (*focus group*), l'anàlisi de les proves que s'han obtingut dependrà d'aquest procediment i les seves regles específiques de treball i anàlisi. En segon lloc, l'examen de les dades es vincula directament a les hipòtesis i preguntes d'indagació.

No obstant això, es poden fer algunes recomanacions sobre les estratègies d'anàlisi en els estudis de cas:

- Resulta fonamental **establir un marc o algunes proposicions teòriques que delimitin l'estudi de cas**. Això ajudarà a centrar-nos en algunes dades i a deixar-ne de banda altres. De la mateixa manera, en facilitarà la interpretació.
- És molt important fer una bona descripció del cas. És a dir, **generar un marc descriptiu** que organitzi l'estudi de cas. Així, l'anàlisi podrà arrencar i articular-se a partir d'aquesta descripció.
- Una explicació és el resultat d'una sèrie d'**iteracions**. Les declaracions teòriques inicials condueixen a comparar troballes del cas inicial, això al seu torn a revisar les declaracions esmentades, gràcies a això es poden revisar i comparar detalls del cas, i, finalment, contrastar tot el nostre corpus amb altres casos addicionals.

En suma, l'estudi de cas ens submergirà en un procés dialèctic d'anada i tornada, permanent i reiteratiu, entre les dades i la informació que es va obtenint i les hipòtesis i marcs teòrics de treball que maneja l'investigador.



## 2.6. La història de vida

Les històries de vida formen part del que alguns autors denominen *documents o materials personals d'investigació social i cultural*. Dins d'aquest conjunt també es troben els relats o anàlisi narratives i les biografies o autobiografies. Tots aquests procediments provenen del gir interpretatiu que en els anys setanta adquireix una enorme força en les ciències socials i, per tant, pressuposen dues qüestions importants:

- La primera implica acceptar que per a l'analista resulta completament rellevant la interpretació que les persones fan sobre un determinat aspecte de la realitat social i cultural o sobre una dimensió o faceta de la seva vida.
- La segona suposa que les trames de significat i sentit que les persones elaboren en la seva vida quotidiana constitueixen un objecte legítim d'anàlisi social i cultural.

Tots els documents personals d'investigació social comparteixen tres dimensions:

- **Seqüencialitat:** els elements de tota narració s'articulen entorn d'una línia o **trama argumental** la dimensió bàsica de la qual és la temporalitat.
- **Naturalesa real i imaginària:** la intel·ligibilitat del discurs depèn de la trama anterior, amb independència del seu valor de veracitat o falsedat.
- **Ordre negociat de significats:** les narracions impliquen *de facto* una negociació del que representa el cànon en una cultura i del que hi ha al marge d'aquest.

Alguns autors considerats clàssics en la temàtica que ens ocupa, com Burke o Tannen, sostenen que les narratives personals mantenen la coherència gràcies a les característiques següents:

- Una explicació de què es va fer (acte).
- Una argumentació del quan i on es va fer (escenari).
- Una descripció o enumeració dels agents que intervien en l'acte i poblen l'escenari.
- Una hipòtesi sobre l'agentivitat o sobre el com es va fer.
- Algun detall sobre el propòsit.

### Lectura recomanada

**J. Serrano** (1995). "Discurso narrativo y construcción autobiográfica". *Revista de Psicología Social Aplicada* (vol. 5, núm. 1/2, pàg. 41-56).

### Referències bibliogràfiques

**K. Burke** (1945). *A Grammar of motives*. Nova York: Prentice Hall.

**D. Tannen** (ed.) (1982). *Analyzing discourse: Text and talk*. Washington, DC: Georgetown University Press.

No obstant això, la propietat fonamental de tot material discursiu és la **trama**.

“Una trama es capaz de interconectar un complejo conjunto de acontecimientos con el objetivo de crear una única historia. Es capaz de incorporar los contextos sociales e históricos en los que los acontecimientos ocurren y reconocer el sentido de sucesos únicos o novedosos. Puede elaborar información acerca de leyes físicas, disposiciones personales y caracteres, respuesta a las acciones, y contribuir a los procesos de deliberación en la toma de decisiones. Una trama posee la capacidad de articular y consolidar los complejos hilos de múltiples actividades por medio de la superposición de sub-tramas”.

J. Polkinghorne (1988). Citat a: J. Serrano (1995). “Discurso narrativo y construcción autobiográfica”. *Revista de Psicología Social Aplicada* (vol. 5, núm. 1/2, pàg. 41-56).

Les trames situen l'analista en un espai intermedi entre la posició i pensament de l'individu i dimensions culturals a les quals aquest recorre per articular i dotar de sentit la seva trama. Aquestes adapten històries orals, literàries, experiències col·lectives, mites tradicionals, drames clàssics, informació publicitària i mediàtica, etc. Al seu torn, l'individu utilitza tot aquest material simbòlic i cultural per a configurar els seus esquemes cognitius, organitzar les seves interpretacions particulars i elaborar les pròpies trames narratives. Per tant, **elaborar una història de vida implica una aproximació a un món individual però també col·lectiu**.

En termes molt generals, segons el propòsit d'estudi, se sol parlar de dues grans estratègies per a analitzar les històries de vida:

- D'una banda tindriem l'**anàlisi narrativa descriptiva**, que tindria com a objectiu reproduir, amb molta precisió i detall, les narracions que els participants en una investigació ofereixen dels esdeveniments a fi de fer-les intel·ligibles. Així, l'examen descriptiu buscaria captar els esquemes interpretatius que aquests individus creen per a construir el sentit dels esdeveniments del passat i les possibles conseqüències futures de les accions del present.
- De l'altra, l'**anàlisi narrativa explicativa**, l'interès de la qual seria recrear la narració, com en el cas anterior, però també extreure els factors significatius que han causat els esdeveniments més importants de la trama narrativa. No es tractaria en absolut de buscar i elaborar lleis causals generals, sinó de localitzar els elements i moments decisius a partir dels quals una acció diferent va poder conduir a un final també diferent. En aquest sentit, la literatura sobre les històries de vida afirma que aquesta metodologia només pot oferir explicacions de naturalesa retrospectiva i mai predictiva.

Efectivament, la història de vida és un constructe que configura retrospectivament els esdeveniments, de tal manera que les parts del conjunt de la història s'aclareixen a partir d'aquest efecte passat. El supòsit principal que hi ha al darrere d'aquesta lògica és que les persones organitzem la nostra experiència temporal en totalitats significatives i utilitzem la forma de la narració com a

exemple per a unificar esdeveniments entorn de diversos eixos temàtics. En aquest sentit, alguns especialistes en narrativitat consideren que l'ésser humà és un ésser narratiu.

Per a molts autors, un element clau en les històries de vida que l'analista sempre ha de tenir present és la **coresponsabilitat entrevistador-entrevistat**. Tots dos són participants en l'elaboració d'un discurs narratiu en el qual l'investigador anirà construint un estudi amb l'objectiu no tant d'investigar "algú" sinó d'investigar "amb algú".

Tota història de vida, en concret, i tota narració, en general, presenten per definició descripcions alternatives: tot podria haver estat d'una altra manera. Això significa que les nocions tradicionals de validesa i fiabilitat no es poden aplicar a aquest tipus de metodologia. Per a autors com Riessman, quan es treballa amb històries de vida hi ha quatre mecanismes per a abordar la qüestió de la validesa:

- La **persuasió**. Amb aquesta intentem fer plausible una interpretació elaborada. El rigorós procés argumentatiu permet eliminar interpretacions alternatives i conduir a la més encertada i rigorosa.
- L'esmentada **coresponsabilitat**. Mitjançant aquest mecanisme es contrasten les dades amb els subjectes mateixos de la investigació en un procés dialèctic de col·laboració. Per tant, hauria de constituir una regla general que l'investigador ofereixi als subjectes investigats les seves elaboracions empíriques. Així, la coresponsabilitat es configura com una regla d'actuació ètica i un dispositiu epistemològic que permeten llançar validesa a les possibles interpretacions.
- La **coherència**. Aquesta s'organitza a partir de tres dimensions:
  - Global, que refereix la unificació de les metes parcials que el narrador vol aconseguir mitjançant un acte narratiu.
  - Local, que es relaciona amb l'ús d'instruments lingüístics amb l'objectiu de relacionar diversos esdeveniments.
  - Temàtica, que apunta envers el contingut.
- La **pragmàtica**. Les històries de vida i les narracions advoquen per una comprensió de la naturalesa de la ciència com a objecte socialment construït. Per tant, per a mostrar a altres investigadors aquest procés de construcció, es tractaria de descriure netament la producció de les nostres interpretacions i fer totalment visible aquest procés, especificant com s'han aconseguit les nostres trames, les seves transformacions, les interpretacions, etc.

#### Referència bibliogràfica

C. K. Riessman (1993). *Narrative Analysis*. Londres: Sage.

### 2.6.1. Procediment de treball amb una història de vida

Un procediment estàndard o prototípic de treball amb una història de vida, a partir de la proposta de García-Borés, recolliria els passos següents:

- Realització de l'entrevista.
- Transcripció íntegra dels enregistraments, així es disposa de les dades en brut.
- Estudi de les transcripcions: identificació d'etapes, esdeveniments rellevants, experiències principals, etc.
- Eliminació de material sobrant. Convé no retallar en aquest procés d'eliminació l'estil expressiu, l'argot, etc.
- Ordenació temporal i temàtica.
- Articulació dels relats per a produir un text coherent.
- Comentaris i interpretacions.
- Devolució a la persona o persones entrevistades.
- Correcció i repetició de tot el procés descrit.

#### Referència bibliogràfica

J. M. García-Borés (1995). "Captar lo que se vive: dos ejemplos de acercamiento. Técnicas de Historia de Vida". *Revista de Psicología Social Aplicada* (vol. 5, núm. 1/2, pàg. 57-74).

### 2.6.2. Lectures

Presentem amb cert detall la història de vida com a metodologia qualitativa amb tres textos de lectura obligatòria:

1) **Rojo, Aurora** (1997). "Los documentos personales en la investigación sociológica: historias de vida, relatos, biografías, autobiografías. Su diferenciación y pertinencia". *Revista General de Información y Documentación* (vol. 7, núm. 2, pàg. 385-395).

Aquesta lectura de Rojo constitueix una presentació de la història de vida com a metodologia qualitativa de treball. Al seu torn, revisa la seva història en les ciències socials i la compara amb altres procediments com poden ser els relats, les biografies i les autobiografies. L'interès d'aquest text es troba a elaborar, d'una banda, la pertinència que té per a les ciències socials i humanes la investigació amb documents narratius i, d'una altra, l'anàlisi de les diferències entre els procediments esmentats.

2) **Varela Fernández, Julia** (2008). "Historias de vida: la crisis del mundo rural". A: Ángel Gordo López; Araceli Serrano Pascual (coord.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pàg. 189-210). Madrid: Pearson / Prentice Hall.

Aquest text de Varela és un exemple d'investigació empírica amb històries de vida. Aquestes se centren a analitzar les vivències i experiències de persones que estan patint la profunda crisi i transformació que experimenta el món rural actualment.

3) **Varley, Ann** (2008). "A place like this? Stories of dementia, home, and the self". *Environment and Planning D: Society and Space* (núm. 26, pàg. 47-67).

L'article de Varley ha estat seleccionat per tres raons molt concretes. La primera, per descomptat, és que constitueix un bon exemple d'anàlisi empírica amb històries de vida. La segona és que versa sobre un tema poc habitual en l'univers de les històries de vida: l'anàlisi de la relació entre espai i identitat. L'última té a veure amb la incorporació d'imatges en la narració. Tradicionalment les històries de vida han recollit redaccions, impressions, diaris, relats, narratives, etc. que constituïen un material exclusivament textual i lingüístic. Doncs bé, en els últims anys han experimentat l'arribada de material visual. De tal manera que actualment no resulta estrany que una història de vida incorpori fotografies, vídeos, filmacions de diversos tipus, etc.

### 3. Fiabilitat, validesa i generalització de les dades qualitatives

#### 3.1. Introducció

Resulta un lloc comú que els detractors de les metodologies qualitatives argumentin que malgrat el gran interès humà i informatiu que poden tenir les dades i les anàlisis que s'obtenen amb aquestes metodologies, el problema principal d'aquest univers de procediments es troba en la seva escassa fiabilitat, la poca o nul·la capacitat de generalització i, per tant, la gairebé inexistent validesa.

De vegades, de manera simplista i absurda s'identifica la metodologia qualitativa amb l'interès per les paraules, les descripcions, les imatges o les interpretacions, la qual cosa es contradiu significativament amb l'ús de taules, gràfics, tests, etc., que elaboren les eines quantitatives. En altres moments s'assenyala com a qualitatiu qualsevol recurs per a recollir informació que usi variables discretes, formuli qüestions obertes poc estructurades i treballi amb hipòtesis poc formulades. Tampoc no resulta estrany que es concebi la metodologia qualitativa com un acostament de primer nivell a la realitat que permetrà un acostament posterior de segon nivell, quantitatiu, per descomptat, i plantejat com la veritable indagació amb rigor i profunditat.

Davant d'una oposició semblant, de vegades, la literatura especialitzada en metodologia qualitativa desplega dues posicions maximalistes. D'una banda, davant del suposat monopoli de l'aspecte científic que s'han arrogat els mètodes quantitativs, imatge especular d'una concepció de la ciència netament positivista, es vindica una alternativa científica completament aliena a aquesta posició naturalista i objectivista. D'una altra banda, es defensen les eines qualitatives atribuint-los una capacitat epistemològica superior a les dels mètodes quantitativs. Així, per exemple, un autor clàssic en el desenvolupament dels mètodes qualitativs en les ciències humanes i socials pot afirmar que:

“En vez de buscar técnicas de medida mejores y más rigurosas, sería más fecundo eliminar muchas tentativas sociológicas de medida, buscando una explicación de las técnicas y conceptos que aclarasen si la sociología presente ofrece o puede producir propiedades numéricas y cuáles.”

A. Cicourel (1982). *El método y la medida en sociología* (pàg. 22). Madrid: Ed. Nacional.

No obstant això, enfront d'aquesta posició de confrontació i formulació de màxims és possible adoptar una tercera postura en la qual es reconegui que:

- El principal eix rector d'una investigació és la pregunta de treball o temàtica i, en absolut, el seu aparell metodològic.
- No resulta impossible combinar mètodes quantitius i qualitius en l'intent de respondre i explicar la pregunta anterior.

Un bon exemple d'aquesta posició eminentment pragmàtica el constitueix l'obra de Pierre Bourdieu.

### **3.2. Auge de les metodologies qualitatives**

En les dues o tres últimes dècades, les metodologies qualitatives han experimentat una acceptació creixent en tots els camps de les ciències socials i humanes, en sectors de les ciències de la salut i en alguns àmbits extraacadèmics, com pot ser el cas dels estudis actuals de mercat. Alguns autors addueixen les raons següents per a explicar aquest auge:

- Les metodologies quantitatives han patit un procés de desgast en constatar-se l'escassa proporció de variància que expliquen per mitjà dels seus models estadístics.
- Les variables del mètode quantitatiu han adquirit gradualment un caràcter més allunyat de la realitat, esquemàtic i ritual, i han perdut en aquest procés de sofisticació la relació amb el contingut social que intenten explicar.
- Malgrat la quantitat enorme d'investigacions quantitatives, la seva comparabilitat real i, per tant, la seva acumulació de coneixement, és molt escassa.
- La validesa predictiva de la majoria de la investigació és summament baixa.
- La complexitat matemàtica dels mètodes quantitius ha crescut de tal manera que només alguns especialistes poden accedir a aquests instruments.
- La complexitat relacional de l'anàlisi multivariant no permet dur a terme intents d'orientació pragmàtica o una avaluació pràctica de situacions concretes.
- El fet de ser més visibles i pròxims a les situacions reals dels mètodes qualitius els dona un caràcter o plus de realitat del qual manquen els quantitius.

### 3.3. El debat “quanti-quali”

Segons John Van Maanen, hi ha una sèrie de **principis** o **postulats** quasixiomàtics que **diferencien essencialment als mètodes qualitius dels quantitius**:

- **Introducció analítica.** El treball qualitatiu comença amb l'observació detallada i propera als fets analitzats. Es busca allò que és específic i local dins del qual es poden descobrir o no certs patrons de repetició. Com menys endut amb un model teòric estigui l'investigador, més condicions tindrà per a trobar dades ideals. Les generalitzacions s'abordaran només temptativament a partir de les dades recollides i en funció de la seva capacitat específica per a interpretar-les.
- **Proximitat.** Es dóna especial rellevància a l'observació de casos concrets i del comportament dels individus en les activitats que a ells mateixos els interessin.
- **Comportament ordinari.** El món quotidià de la vida ordinària és el marc en el qual es planten els problemes dignes d'investigació.
- **L'estructura com a requisit ritual.** La investigació ha de descobrir l'estructura, no imposar-la, reconeixent els significats i els contextos en els quals els seus actes resulten situacionalment rellevants.
- **Centres descriptius.** Els centres d'interès no són altres que els fenòmens recurrents en un temps i uns espais concrets.

La **investigació qualitativa** opera amb símbols lingüístics i redueix la distància entre indicat i indicador, entre teoria i dades, entre context i acció. Els materials bruts de l'estudi qualitatiu es generen en viu, propers al punt d'origen.

Un breu esquema que resumeixi les grans diferències entre mètodes qualitius i procediments quantitius podria ser el següent:

Mètodes qualitius	Mètodes quantitius
Estudien significats intersubjectius, situats i construïts.	Analitzen fets objectius, existents i sotmesos a lleis i patrons generals.
Trien l'entrevista i observació oberta.	Trien l'experiment i el qüestionari obert.
Estudien la vida social en el seu propi marc natural sense distorsionar-la ni sotmetre-la a controls experimentals.	Capturen la realitat sotmetent-la a controls que permetin un estudi filtrat per variables estandarditzades.



Mètodes qualitatius	Mètodes quantitius
Descripció densa i conceptes comprensius del llenguatge simbòlic.	Precisió matemàtica i models estadístics de codificació numèrica.

### 3.4. Validesa, rellevància i generalització

Per tot el que s'ha dit anteriorment, no té sentit avaluar la validesa, rellevància i generalització d'una investigació que s'ha fet amb mètodes qualitatius en termes tradicionals o adequats per a la metodologia quantitativa.

Enfront d'aquests criteris es plantegen els de **credibilitat**, **transferibilitat**, **dependència** i **confirmabilitat** com a dimensions específiques de la lògica qualitativa. La primera, en lloc de buscar una validesa interna, observa el valor de debò de la investigació. La segona explora l'aplicabilitat dels resultats. La tercera, que substitueix la clàssica noció de fiabilitat, atén a la consistència de les dades. L'última es refereix al problema de la neutralitat.

- La **credibilitat** s'assenta en l'observació persistent, és a dir, en un enfocament intens dels elements de la situació analitzada que són més característics, la **triangulació** (recurs a una varietat de fonts per a contrastar dades i interpretacions) i el **control dels membres**: examen continu de dades i interpretacions amb els individus dels diversos grups i audiències dels quals han sortit aquestes dades.
- La **transferibilitat** es basa a maximitzar l'objecte i l'amplitud de la informació recollida i en les descripcions que subministrin una base substantiva als judicis de semblança.
- La **dependència** remet al fet que un investigador extern examina el procés de control que ha seguit l'investigador.
- En la **confirmabilitat**, un agent extern controla la relació entre les dades brutes i les deduccions i les interpretacions que l'investigador en fa.

Si sumem aquests quatre procediments amb totes les característiques que hem esmentat que defineixen una conducta qualitativa, es podria dir que la rellevància científica de l'aplicació d'una investigació formulada amb aquesta manera de procedir es fonamenta en les característiques següents:

- **Marc natural**. La investigació qualitativa es fa fora del laboratori. Busca un contacte directe amb els fenòmens objecte d'estudi. No aïlla o encapsula perquè no pretén controlar.

- **Disseny emergent.** No es fixa *a priori* i per endavant un esquema rígid de plantejament i comportament, es manté sempre la investigació oberta a nous conceptes, interpretacions, plantejaments, enfocaments, etc.
- **Flexibilitat.** Les tècniques s'acomoden a les realitats múltiples, conflictes, etc., que intenten explicar. De la mateixa manera, la investigació és sensible a la interacció entre l'investigador i l'investigat.
- **Contrast.** La teoria es formula a mesura que progressa la investigació.
- **Mostreig intencional.** No es pretenen representar en una escala miniatu-ritzada tots els casos que hi ha en l'univers de la investigació. Es busca comprendre profundament alguns casos seleccionats. No s'intenta generalitzar a tot el col·lectiu. La generalització, si es dóna, té un caràcter evocatiu i provocador.
- **Interpretació idiogràfica.** S'oposa a la nomotètica, que generalitza del particular a l'universal. En aquest cas, la interpretació es refereix i se circumscriu al context de recollida i anàlisi de la informació.
- **Aplicació.** No se cerca, per tot el que s'ha dit anteriorment, formular lleis generals.
- **Estudi de casos.** El producte final es presenta com un estudi de cas, amb una riquesa múltiple de detalls inscrit en un context concret de treball.
- **Resultats negociats.** La investigació qualitativa desemboca en una captació-interpretació de sentit compartida entre l'investigador i l'investigat. La interpretació final s'assembla a un pacte implícit entre tots dos sobre la validesa i legitimitat del treball fet.

### 3.5. Lectures

Abordarem les dimensions principals d'aquesta temàtica amb les lectures següents:

1) **Fielding, Nigel; Schreier, Margrit** (2001). "Introduction: On the Compatibility between Qualitative and Quantitative Research Methods". *Forum: Qualitative Social Research* (vol. 2, núm. 1, art. 4).

Aquest text de Fielding i Magrit resulta interessant perquè presenta la noció de *triangulació* com a mecanisme que permet aconseguir dos objectius simultàniament. En primer lloc, generar validesa interna i fiabilitat en el disseny

d'investigació. I, en segon, articular en una totalitat amb sentit eines qualitatives i quantitatives. Per tant, s'aposta per la triangulació com a mecanisme bàsic d'intel·ligibilitat científica en la investigació qualitativa.

**2) Westmarland, Nicole** (2001). "The Quantitative/Qualitative Debate and Feminist Research: A Subjective View of Objectivity". *Forum: Qualitative Social Research* (vol. 2, núm. 1, art. 13).

L'article de Westmarland és un resum del debat entre mètodes quantitius i qualitius des d'un punt de vista feminista. El text planteja que, al contrari del que es podria suposar, la metodologia també exhibeix una marca de gènere. El més interessant del text consisteix en la revisió epistemològica que fa l'autora per a plantejar la discussió esmentada. En aquesta, es revisen els elements principals que caracteritzen cada procediment, com també les seves diferències i convergències.

**3) Kelle, Udo** (2001). "Sociological Explanations between Micro and Macro and the Integration of Qualitative and Quantitative Methods". *Forum: Qualitative Social Research* (FQS) (vol. 2, núm. 1, art. 5)

La proposta de Kelle torna a insistir en la noció de *triangulació*. Igual que ocorria en el text de Fielding i Magrit, aquesta es presenta com un mecanisme idoni per a integrar el treball amb mètodes qualitius i quantitius. No obstant això, l'autor revisa l'ampli camp semàntic del concepte i recorda que aquest es pot entendre com un mètode de validació i que perquè la integració de procediments que preconitza la idea de triangulació es dugui a terme amb èxit cal considerar altres dimensions com poden ser la relació micro-macro en l'explicació social, el tipus d'explicació que es vol donar o la comprensió epistemològica de la vida quotidiana que exhibeixi l'analista.

