
Metodologies qualitatives per a la recerca

PID_00265807

Raquel Camprubí Subirana
Patricia Castellanos Pineda

Temps mínim de dedicació recomanat: 5 hores





Raquel Camprubí Subirana

Professora Agregada de l'Àrea d'Organització d'Empreses a la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona, i membre de l'Institut de Recerca en Turisme.



Patricia Castellanos Pineda

Doctora en Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), docent col·laboradora de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), investigadora del grup Museia dels Estudis d'Art i Humanitats de la mateixa universitat, i de l'Observatori de la Difusió de la Ciència (ODC) de la UAB.

La revisió d'aquest recurs d'aprenentatge UOC ha estat coordinada per la professora: Julie Wilson (2019)

Segona edició: octubre 2019
© Raquel Camprubí Subirana, Patricia Castellanos Pineda
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars dels drets.

Índex

1. Introducció a la metodologia qualitativa.....	5
2. Deu punts importants en la recerca qualitativa.....	9
3. Escoles principals.....	12
4. El disseny d'una recerca qualitativa.....	17
4.1. El model de la teoria fonamentada	17
4.2. El model interactiu	18
4.3. La proposta de Janesick	22
5. La població d'estudi i la mostra.....	25
5.1. Definició de la població i la mostra	25
5.2. Criteris i principis a considerar	25
6. Els mètodes de recollida de dades.....	28
6.1. L'observació	30
6.2. L'entrevista	34
6.2.1. L'entrevista estructurada	35
6.2.2. L'entrevista semiestructurada	37
6.2.3. L'entrevista en profunditat	38
6.2.4. L'entrevista de grup (reunions de grup)	41
6.3. Els estudis de cas	43
7. L'anàlisi dels resultats.....	45
8. Fonamentar la recerca qualitativa.....	49
Bibliografia.....	53

1. Introducció a la metodologia qualitativa

En recerca social, és imprescindible l'ús d'un mètode clar, ben planificat i accessible en l'execució mitjançant el qual l'investigador es pugui apropar a l'objecte d'estudi. En particular, per les investigacions en el camp del turisme, passa el mateix i, per tant, comprendre quines eines i quins mètodes seran més útils és un dels principis bàsics per a l'investigador. Per això, és indispensable conèixer els principals mètodes qualitius que s'utilitzen en ciències socials, saber quina aplicació tenen i comprendre-ho.

En primer lloc, cal recordar que la recerca social

"es un proceso complejo sometido a: objetivos concretos, limitación de recursos y plazos." (Pons, 1993, pàg. 7)

Per tant, cal tenir clar, entre altres aspectes que es detallaran més endavant, el que es vol investigar, l'abast de la recerca i els recursos que es tenen per a això.

Com bé defineixen Taylor i Bogdan (2002),

"la investigación cualitativa es aquella que produce datos descriptivos: las palabras y la observación de las conductas de las personas investigadas."

Per a Guba i Lincoln (1994), la discrepància entre el mètode quantitatiu i el mètode qualitatiu, o la pretesa superioritat del primer sobre l'altre, ve del fet que la matemàtica ha estat considerada la "reina de les ciències", igual que la física, la química i les anomenades *ciències dures*. D'altra banda, hi ha les ciències socials i d'altres considerades *ciències toves* d'una manera pejorativa. Aquests autors es mostren contraris a la tendència a creure que només és ciència el que es pot expressar numèricament.

Amb una certa freqüència, els mètodes qualitius són qüestionats per la dificultat d'anàlisi. No obstant això, com assenyala Berg (2007, pàg. 3):

"Even though the virtue of qualitative research is seldom questioned in the abstract, its practice is sometimes criticized for being nonscientific and thus invalid. However, these critics tended to lose sight of the probability factor inherent in quantitative practices and replaced it with an assumption of certainty."

Malgrat això, ningú no nega el fet que, per a l'investigador social, la metodologia qualitativa és imprescindible per la gran quantitat d'informació que proporciona, la qualitat d'aquesta i la manera de tractar-la. En la major part dels

casos, es requereix que l'investigador estigui prou entrenat per a poder donar aquest plus de qualitat que necessita la quantitat, a l'analitzar la informació recollida.

Berg és clar a l'hora de defensar la utilitat dels mètodes qualitius, i considera que les dades i la informació merament quantitativa no capten la totalitat d'una problemàtica social. I recorda que la recerca qualitativa pot captar tot el que no es plasma en les dades, com una mirada, una olor i moltes altres coses que queden a la percepció d'un investigador social.

La informació qualitativa té una dificultat afegida pel que fa a les dades quantificables, però té l'avantatge que ofereix una informació inapreciable per a qualsevol investigador. Avui hi ha programes informàtics que faciliten la tasca de l'investigador social quant a l'anàlisi dels mètodes qualitius, però, s'ha d'estar preparat i saber què cal exigir a un programari. En cas contrari, serà inútil qualsevol tipus d'eina de suport, fins i tot les que considerem infalibles.

També cal tenir en compte que cada dia un nombre més gran d'investigadors opta per combinar els dos mètodes. Com assenyala Crews (2009: 208 i seg.), la tendència a treballar amb una metodologia qualitativa i quantitativa és creixent i s'ha accentuat des de l'aparició, l'any 2003, del llibre *Handbook of mixed methods in the social and behavior sciences*, d'Abbas Tashakkori i Charles Teddlie.

Dades quantitatives i dades qualitatives

Maxwell i Mohr (1999) distingeixen clarament entre les dades qualitatives i les quantitatives. Les primeres s'expressen en paraules escrites o parlades; ho consideren una *dada textual*. Per contra, la dada quantitativa, que anomenen *dada categòrica*, és una dada mesurable, que es pot subdividir en freqüències o amb la qual es poden fer enumeracions. És una manera clara d'expressar les diferències entre les unes i les altres, encara que entrar en les distincions metodològiques i conceptuals no és l'objectiu d'aquesta assignatura, ja que es tracta de metodologia qualitativa.

Per aquest motiu hi ha una àmplia bibliografia en la qual es defensa la utilitat dels dos corrents i l'eficàcia de combinar-los. En conseqüència, no ha de ser un factor de preocupació el fet de treballar únicament amb l'un o amb l'altre. Com s'ha insistit, el mètode qualitatiu s'ajusta a l'objecte d'estudi de l'investigador social.

La metodologia qualitativa reuneix diverses perspectives de recerca emparades per teories diferents. Hi ha tres posicions teòriques bàsiques reconegudes (Flick, Bogdan, Silverman, Bergold, entre d'altres) que esmentarem d'una manera general sense entrar a detallar-les:

1) **L'interaccionisme simbòlic**. Enunciat per Herbert Blumer, membre de l'Escola de Chicago, interessa especialment a la sociologia, la psicologia i els estudis de comunicació. Considera els significats subjectius que els individus atribuïm a l'entorn. Blumer partia de tres premisses:

- Els subjectes actuen sobre objectes i persones, i hi interaccionen, a partir del que signifiquen per a ells.
- Aquests significats sorgeixen per la interacció entre individus en què intervé la comunicació.
- Cada persona elabora, interpreta i transforma els significats segons l'experiència i les expectatives que té. Utilitza l'observació participant i l'anàlisi documental com a mètodes de treball.

2) **L'etnometodologia.** Escola fundada per Harold Garfinkel a la fi de la dècada dels cinquanta i començament dels seixanta del segle passat. L'etnometodologia analitza la manera com produeix l'individu les accions de la vida quotidiana i com els atorga sentit. És a dir, com crea la realitat social. És un corrent sociològic que utilitza l'enregistrament de converses i l'entrevista com a mètodes de recollida d'informació.

3) **Els models estructuralistes i les posicions psicoanalítiques.** El tercer enfocament teòric de la metodologia qualitativa assumeix –encara que amb diferents graus d'importància– "que los sistemas culturales de significado enmarcan de algún modo la percepción y la creación de la realidad subjetiva y social" (Flick, 2002: 9). En aquest model es distingeix la superfície i l'activitat d'una experiència, de les estructures profundes, les quals el subjecte no s'atura a analitzar en la vida quotidiana.

Vegem-ne un resum:

Posicions teòriques en la recerca qualitativa

	Punt de vista dels subjectes	Creació de les realitats socials	Marc cultural de les realitats socials
Antecedents teòrics tradicionals	Interaccionisme simbòlic	Etnometodologia	Estructuralisme, psicoanàlisi
Avenços recents en les ciències socials	Interaccionisme interpretatiu	Estudis del treball	Postestructuralisme
Avenços recents en la psicologia	Programa de recerca de les teories subjectives	Psicologia discursiva	Representacions socials

Trets comuns

- La *Verstehen* com a principi epistemològic
- La reconstrucció de casos com a punt de partida
- La construcció de la realitat com a base
- El text com a material empíric

Font: Flick (2007, pàg. 42).

Verstehen

De l'alemany, literalment significa 'comprensió'. En aquest cas es relaciona també amb el *comprehensivisme*, branca de l'epistemologia que intenta estudiar l'ésser humà mitjançant

la comprensió del subjecte en oposició al positivisme. L'aclariment és nostre. Per ampliar el tema, vegeu la bibliografia: Belvedressi (2002) i Von Wright (1987).

Flick entén aquests corrents teòrics com una manera d'accedir a l'objecte d'estudi i segons la intenció del treball de recerca. L'autor defensa la possibilitat de combinar perspectives teòriques diferents.

2. Deu punts importants en la recerca qualitativa

Taylor i Bogdan (2002: 20 i seg.) recorden que la recerca qualitativa es caracteritza per la varietat de mètodes a l'hora de recollir les dades, i per la manera d'afrontar el món que estudia. Els autors destaquen deu punts que no s'han d'oblidar quan s'empra la recerca qualitativa:

1) **Inducció.** L'investigador parteix de pautes de les dades per desenvolupar els seus conceptes. Se segueix el disseny de la recerca, d'una manera flexible, a mesura que aquesta avança.

2) **Perspectiva holística.** Els mètodes qualitatius consideren l'objecte d'estudi com un tot i segons la interacció que es produeix. Té en compte el context en què es troben, per exemple, els individus, i els elements que l'envolten.

3) **Participació.** En els mètodes participants, els investigadors són conscients que poden tenir un efecte sobre allò (s) que s'investiga (n) i, per això, han d'intentar minimitzar aquests efectes.

4) **Comprensió.** Té a veure amb el fet que l'investigador s'identifica amb el subjecte que estudia "para poder comprender cómo ven las cosas" (*op. cit.*: 20). Això inclou que l'investigador experimenti la problemàtica analitzada, dins del seu propi ambient.

5) **Acostament.** L'investigador social s'apropa a l'objecte d'estudi com si fos la primera vegada. Per a això, cal desprendre's de nocions preconcebudes.

6) **Apreciació de totes les perspectives.** En recerca social és important tenir en compte tots els objectes d'estudi possibles. Veure totes les persones igual.

7) **Mètodes humanistes.** Els mètodes qualitatius tenen en compte l'ésser humà i aquest fet influeix en la manera de veure-ho. És diferent estudiar una xifra o un objecte que fer una anàlisi sobre un ésser humà. Analitzar qualitativament una persona permet conèixer-la i entendre-la en l'entorn social i personal a què pertany.

8) **Èmfasi en la validesa de la recerca.** Taylor i Bogdan (2002) destaquen que un investigador social ha de defensar la validesa de la seva recerca basada en una recollida de dades, la qual inclou observació, entrevistes i altres mètodes.

Aquests mètodes permeten un coneixement directe de la vida social.

9) **Tot és digne d'estudi.** Per a l'investigador social, els mètodes qualitius permeten apropar-se a qualsevol escenari i subjecte que es puguin convertir en objecte d'estudi. O sigui, tot té valor i mereix ser estudiat.

10) **Art.** Taylor i Bogdan consideren que la recerca social és un art, i el fet que l'investigador pugui construir i adaptar els mètodes constitueix un aspecte que afavoreix el creixement de la disciplina. Ressalten la importància de seguir unes línies que orienten, però no són una regla immo­dicable i intransigent. És a dir, cadascú pot (i, de fet, ha de) fer els canvis necessaris que s'ajustin més bé a la recerca.

La recerca qualitativa presenta un ampli ventall de possibilitats que, com s'ha esmentat, l'investigador social ha d'aprendre a manejar, i identificar les que li són pertinents. Per a aquesta tasca és útil que l'investigador social conegui les diverses escoles per mitjà de les quals s'han establert els mètodes i les tendències en aquesta àrea del coneixement, les quals s'han enriquit amb les aportacions de les diferents disciplines que les han utilitzat. Entre les quals, l'antropologia, la sociologia i la psicologia.

Es tracta de mètodes que no són nous i que, de fet, han estat emprats pels investigadors, fins i tot des de fa segles, però que romanien sense agrupar-se. Per exemple, la coneguda **Escola de Chicago** va fer servir molts dels mètodes que ara es coneixen com a *qualitius*.

L'Escola de Chicago

És una de les escoles més importants en el camp de les ciències socials; va prendre el nom dels treballs realitzats per membres de la Universitat de Chicago entre el 1915 i el 1940. Representa la primera escola reeixida d'un col·lectiu nord-americà de recerca sociològica.

Els mètodes quantitius capten tot l'interès i, a partir de la dècada dels cinquanta del segle XX, es converteixen en una de les prioritats dels investigadors. L'interès pels mètodes qualitius decreix i solament es reprèn en els anys seixanta. Vegem les diferències bàsiques entre la metodologia quantitativa, la qualitativa i el mètode mixt, descrites per Tiddlie i Tashakkori (2008: 22) mitjançant la identificació de diverses dimensions:

Dimensions de contrast entre tres comunitats metodològiques

Dimensió de contrast	Posició qualitativa	Mètode mixt	Posició quantitativa
Mètode	Mètode qualitatiu	Mixt	Mètode quantitatiu
Investigadors	Qualitius	Mixtos	Quantitius
Paradigma	Constructivisme (i variants)	Pragmatisme	Postpositivisme Positivisme
Preguntes de recerca	Qualitatives	Mixtes	Quantitatives Hipòtesi de treball

Adaptació de Teddlie i Tashakkori (2009, pàg. 22)

Dimensió de contrast	Posició qualitativa	Mètode mixt	Posició quantitativa
Forma de la dada	Narrativa	Narrativa i numèrica	Numèrica
Propòsit de la recerca	Amb freqüència, exploratori més confirmatori	Confirmatori/exploratori	Amb freqüència, confirmatori més exploratori
Rol de la teoria, lògica	Teoria fonamentada Lògica inductiva	Inductiu i deductiu	Marc conceptual, Model hipotèticodeductiu
Dissenys o estudis típics	Etnogràfics i d'altres	Mixtos (paral·lel, seqüencial...)	Correlacional, enquesta, experimental
Mostreig	Propositiu	Propositiu, probabilístic, mixt	Probabilístic
Anàlisi de dades	Estratègies temàtiques: categòriques i contextualitzadores	Integració temàtica i estadística	Anàlisi estadístiques i inferencials
Validesa	Fiabilitat: credibilitat, transmissibilitat	Inferència Transmissibilitat	Interna i externa

Adaptació de Teddlie i Tashakkori (2009, pàg. 22)

Desenes d'estudiosos es dediquen a analitzar i reivindicar el potencial dels mètodes qualitius i la disciplina pren cos teòric. Això permet que evolucioni i els seus mètodes esdevenen una opció de treball clara, especialment, per als investigadors socials.

Lectura recomanada

Sobre mètodes mixtos, es recomana llegir el capítol 1 de Ch. Teddlie; A. Tashakkori (2009). *Foundations of mixed methods research. Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks / Londres / Nova Delhi / Singapur: Sage.

3. Escoles principals

Les escoles que han desenvolupat la metodologia qualitativa es poden veure des de perspectives diferents. Per a aquest cas, prendrem la classificació de Flick (2002), que recull altres propostes d'altres autors i, al mateix temps, les amplia.

En el seu treball, Flick va dur a terme una classificació interessant de les diferents perspectives teòriques segons tres elements: l'aproximació a punts de vista subjectius, la descripció de les situacions socials i l'anàlisi hermenèutica de les estructures.

Perspectives de recerca en recerca qualitativa

	Aproximació a punts de vista subjectius	Descripció de la manera de construir les relacions socials	Anàlisi hermenèutica de les estructures subjacents
Posició teòrica	<ul style="list-style-type: none"> • Interaccionisme simbòlic • Fenomenologia 	<ul style="list-style-type: none"> • Etnometodologia • Constructivisme 	<ul style="list-style-type: none"> • Psicoanàlisi • Estructuralisme
Mètode de recollida de dades	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistes semiestructurades • Entrevistes narratives 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunions de grup (<i>focus group</i>) • Etnografia • Observació participant • Enregistrament d'interaccions • Recollida de documents 	<ul style="list-style-type: none"> • Enregistrament d'interaccions • Fotografia • Cinema
Mètode d'interpretació	<ul style="list-style-type: none"> • Codis teòrics • Anàlisi de contingut • Anàlisi narrativa • Mètodes hermenèutics 	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi de converses • Anàlisi del discurs • Anàlisi de gènere • Anàlisi documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Hermenèutica objectiva • Hermenèutica profunda • Sociologia del coneixement
Camps d'aplicació	<ul style="list-style-type: none"> • Recerca biogràfica • Anàlisi del coneixement quotidià 	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi del món de la vida i de les organitzacions • Avaluació • Estudis culturals 	<ul style="list-style-type: none"> • Recerca familiar • Recerca biogràfica • Recerca generacional

Font: Flick, Kardoff i Steinke (2000, pàg. 19). A: Flick (2002)

Una bona manera de conèixer aquest tipus de metodologia és per mitjà de les principals escoles de recerca qualitativa classificades per Flick (2002).

1) Teoria fonamentada en dades (*grounded theory*)

Va ser plantejada per Berney Glaser i Anselm Strauss el 1967 i es basa en el fet de construir la teoria a partir de les dades qualitatives. Els dos autors van treballar junts durant uns quants anys, però al final es van separar per divergències en l'enfocament metodològic. Avui dia, els seguidors d'aquesta escola es divideixen entre els que segueixen Glaser (inclinat cap al mètode inductiu) i els que segueixen Strauss (inclinat cap a l'interaccionisme simbòlic de Blumer). Una de les característiques del treball de Glaser i Strauss és el de la mostra

teorètica, segons la qual es confronten una selecció de casos i els antecedents empírics del projecte. S'ha utilitzat especialment en l'estudi de casos clínics, de comportament humà i de malalties.

2) Etnometodologia

El seu primer valedor va ser Harold Garfinkel, també el 1967.

Recordem que, a partir de la dècada dels seixanta, es reprèn l'estudi de la metodologia qualitativa; per això s'esdevé el *boom* de les seves escoles.

El primer mètode utilitzat per aquesta escola va ser l'anàlisi de les converses per a estudiar els mecanismes que les estructuren i les diverses formes d'interacció dels actors implicats. Per exemple, les converses quan es menja, les xafarderies i els rumors, les assessories i avaluacions, etc. Amb el temps, l'anàlisi de les converses s'erigeix com una àrea a part. Aquesta escola va donar pas a una gran varietat d'estudis relacionats amb l'anàlisi del discurs i del gènere. Entre els mètodes de recollida de dades trobem l'enregistrament de les converses sense la intervenció d'un entrevistador.

3) Anàlisi narrativa i recerca biogràfica

Té a veure amb una manera específica de recollir i difondre les dades sobre la vida d'una persona i les seves experiències respecte a situacions de crisi, de conflicte o qualsevol altra que afecti el transcurs de l'experiència personal. Per exemple, la immigració, la desocupació, les malalties greus, les víctimes de terrorisme, etc. És una escola que ha treballat especialment la sociologia i l'educació.

4) Hermenèutica objectiva i sociologia hermenèutica del coneixement

Creada gràcies al treball d'Ulrich Oevermann, té com a objectiu analitzar l'objecte d'estudi com un text. Deriva del treball iniciat el 1968 per Oevermann, Krappman i Kreppner, que es va iniciar amb l'estudi de la importància dels elaborats i restrictius codis del llenguatge en les escoles. La recerca es va desenvolupar des de l'àmbit quantitatiu, però els autors no van quedar satisfets amb els resultats obtinguts i, cap al 1970, van iniciar el treball per mitjà de la metodologia qualitativa. D'altra banda, la sociologia hermenèutica del coneixement es refereix a un concepte complex resultat del treball de Hans-Georg Soeffner. És el resultat d'una resposta crítica als aspectes *metafísics* de l'hermenèutica objectiva.

5) Fenomenologia i anàlisi d'"els petits mons"

Se centra a estudiar la manera com es construeixen els significats, com es comparteixen i com es desenvolupen els processos de comprensió d'aquests significats en grups socials reduïts. Per exemple, ha estat útil per a estudiar centres d'esport, grups d'experts entorn d'un saber determinat, etc.

Lectura recomanada

Flick; Uwe i altres (eds.). "Objective hermeneutics and hermeneutic sociology of knowledge". A: *Companion to qualitative research*. Londres: Sage.

6) Etnografia

La recerca etnogràfica es nota amb força a partir de la fi de la dècada dels setanta i començament dels vuitanta. El mètode de treball principal és l'observació participant, una de les seves aportacions més importants. De fet, l'etnografia intenta comprendre els processos socials participant, mitjançant l'observació, en el seu desenvolupament. És flexible quant a l'ús dels mètodes que inclouen no solament l'observació sinó també l'ús d'entrevistes informals i l'anàlisi de documents, entre d'altres. A mitjan anys vuitanta, l'interès se centra en la narració del que s'observa.

7) Estudis culturals

Aquest corrent teòric té com a objecte d'estudi la cultura i les diverses manifestacions d'aquesta, entre les quals, els mitjans de comunicació, les subcultures i les relacions de poder en contextos diferents. Neix a la Gran Bretanya, en la dècada dels anys seixanta del segle passat, amb una càrrega política important deguda a la presència d'investigadors que s'identificaven amb el neomarxisme i l'anomenada *nova esquerra*.

8) Els estudis de gènere

Sens dubte, aquest corrent és un dels que més ha aportat a la metodologia qualitativa. La seva preocupació per a mostrar la imatge que es té de la dona, les desigualtats entre els uns i els altres, i aspectes com la transsexualitat, en són el focus d'atenció.

Aquesta classificació d'Uwe Flick també es relaciona amb l'evolució dels diversos mètodes utilitzats, com s'ha dit, especialment per l'educació i la sociologia, i que estan relacionats amb l'evolució tecnològica. És a dir, es comença amb anotacions i es passa als enregistraments i el vídeo. Actualment, la irrupció de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en l'aplicació dels mètodes aporta un ingredient addicional: l'anàlisi informàtica de les dades. Fins i tot, per a l'anàlisi textual, és l'àrea més desenvolupada en aquest sentit. L'ús de programes com l'ATLAS/ti, NUDIST, WINMAX i d'altres són només un exemple de l'ampli desenvolupament al qual estan arribant els mètodes qualitius.

Per a Flick (2007: 41), malgrat que hi ha perspectives teòriques diferents per a emprendre una recerca qualitativa, totes tenen en comú certs trets, però s'analitzen segons el tractament teòric triat:

- **La comprensió com a principi epistemològic.** Es tracta de comprendre la visió que tenen d'un fenomen social una sèrie de subjectes.
- **Partir de la reconstrucció de casos.** Abans d'establir comparacions, les diverses perspectives teòriques utilitzen l'anàlisi d'un cas individual per a continuar amb diferents estudis de cas.

- **La construcció de la realitat com a base.** La recerca qualitativa estudia la realitat social com una construcció de diferents actors. Triar-ne un com a determinant i, per això, prendre la decisió d'estudiar-lo depèn de la tradició teòrica en què es fonamenta la recerca.
- **El text com a material empíric.** A partir dels textos elaborats detalladament sobre el cas que s'analitza, es duen a terme les anàlisis sobre la realitat observada.

Malgrat que la tradició de la metodologia qualitativa l'associa amb unes àrees del coneixement determinades, la recerca social és àmplia i a poc a poc ha anat guanyant espai. Disciplines com la publicitat, el màrqueting, les relacions públiques, i el turisme, també fan ús de les metodologies qualitatives que els porten a conèixer de més a prop i d'una manera més detallada les diverses inquietuds dels investigadors en aquests àmbits.

Exemples

Quan es duu a terme una recerca de mercats que pretén que un museu iniciï un nou servei d'atenció al públic. O quan s'avalua una exposició. El fet d'utilitzar reunions de grup, entrevistes, etc. són exemples d'usos dels mètodes qualitius que han contribuït a conèixer de prop la població per la qual s'està treballant, i així, compatibilitzar la missió de la institució, els objectius i els recursos invertits.

La recerca qualitativa no solament requereix un coneixement adequat dels mètodes. Diversos autors (Corbin, 2008; Vasilachis, 2006) recomanen mantenir l'actitud crítica respecte de les dades de manera que es pugui obtenir la informació més fiable possible. Vasilachis (2006) suggereix que l'investigador qualitatiu tingui sensibilitat social i teòrica, sàpiga mantenir la distància analítica i posseeixi un gran poder d'observació. L'autora destaca que un investigador qualitatiu ha de ser flexible en el maneig del seu temps, per a poder tornar al camp una vegada i una altra, si convé, amb el propòsit d'afinar la pregunta de recerca, recollir dades, revisar el mètode triat, i altres qüestions que poden sorgir a mesura que avança la recerca.

L'investigador qualitatiu té, aleshores, un compromís que va molt més enllà de seguir uns passos d'una manera mecànica. La dificultat que representa l'aplicació i l'anàlisi dels mètodes qualitius requereix que la persona estigui convençuda de la tasca que duu a terme i que sigui conscient que la feina que desenvolupa potser superarà els horaris laborals.

A més del compromís, Flick, Corbin i Strauss ressalten que la recerca social requereix sobretot una actitud oberta. No és solament l'aplicació de determinades eines de recollida de dades. Per a ell, hi ha d'haver una preeminència del problema sobre el mètode i no una obsessió en l'aplicabilitat de les tècniques. La curiositat, la flexibilitat, la creativitat i la valentia a l'hora de tractar l'objecte d'estudi no s'ensenyen, sinó que formen part de l'ésser investigador de cadascú.

A aquestes característiques de personalitat, que són innates en un investigador, o que s'adquireixen amb l'experiència, s'afegeixen les quatre "sensibilitats" enunciades per Silverman que cal tenir en compte quan s'adopta la metodologia qualitativa com a camí de recerca.

1) **Sensibilitat històrica.** Els objectes estudiats tenen un recorregut històric que n'han marcat l'evolució. Quan algú s'apropa a un objecte n'ha de tenir en compte el recorregut històric. No es pot eludir a l'hora de fer-ne l'anàlisi.

2) **Sensibilitat cultural.** Silverman assenyala que la sensibilitat cultural és un antídote als impulsos "romàntics". Tenir aquesta sensibilitat, a l'hora d'investigar un fenomen o objecte, ens fa adonar que s'han format dins d'un sistema de representació i, per tant, cal conèixer els antecedents culturals.

3) **Sensibilitat política.** De la mateixa manera que existeix una història i un sistema cultural darrere del que es vol investigar, també hi ha un entorn polític. La recerca qualitativa és una eina que pot arribar a explicar la influència de la política en els problemes socials.

4) **Sensibilitat contextual.** Silverman reconeix dos aspectes: el primer és el fet que institucions com la família, la comunitat científica, etc. prenguin un significat diferent segons el context, i, el segon, té a veure amb la construcció social dels membres d'una societat, i que ha de portar l'investigador social a fixar-se bé en el context en què es desenvolupa la seva recerca.

Vasilachis destaca, a més, la necessitat que l'investigador tingui la sensibilitat social suficient per a acceptar les diverses circumstàncies que sorgeixin al llarg de tota la recerca.

4. El disseny d'una recerca qualitativa

Dissenyar una recerca representa un treball previ de planificació que és dispensiós, però necessari. Hi ha acord en la necessitat de manejar un disseny flexible i obert, que permeti introduir els canvis necessaris a mesura que progressa la recerca.

Aquesta actitud té a veure amb la pròpia sensibilitat de l'investigador de la qual parlava Silverman i que, en alguns casos, pot salvar o desencallar un estudi que s'ha quedat aturat per motius diversos.

Tot i que alguns autors distingeixen entre la proposta (conceptualització) i el disseny de la recerca (aspectes metodològics), actualment hi ha un acord sobre la necessitat que el disseny de recerca inclogui tant els aspectes conceptuals com els metodològics, a fi de tenir una eina de treball tan fonamentada com sigui possible.

Hi ha una gran varietat de propostes per a dissenyar una recerca que, amb variants, recullen els mateixos components encara que canviïn les relacions entre ells. A continuació veurem algunes propostes per a dissenyar una recerca, amb semblances i algunes variants, però que ofereixen alternatives als investigadors segons les necessitats.

4.1. El model de la teoria fonamentada

La teoria fonamentada, també coneguda com a *grounded theory*, prioritza les dades sobre la teoria. Al contrari del que defensen altres corrents, en la teoria fonamentada s'intenta que l'investigador deixi de banda els coneixements previs, ja que considera que interfereixen en la visió que té del subjecte o fenomen estudiat. Aquesta renúncia als coneixements i l'experiència prèvia per a uns altres, més que difícil, és pràcticament impossible d'adoptar perquè, precisament, els coneixements anteriors nodreixen cada procés i la manera d'assumir-lo.

El model de la teoria fonamentada desenvolupa el procés de recerca tenint en compte els aspectes següents:

- **Mostreig teòric:** per a definir la mostra.
- **Codificació teòrica:** per a interpretar els textos.
- **Esriptura teòrica.**

Vegeu també

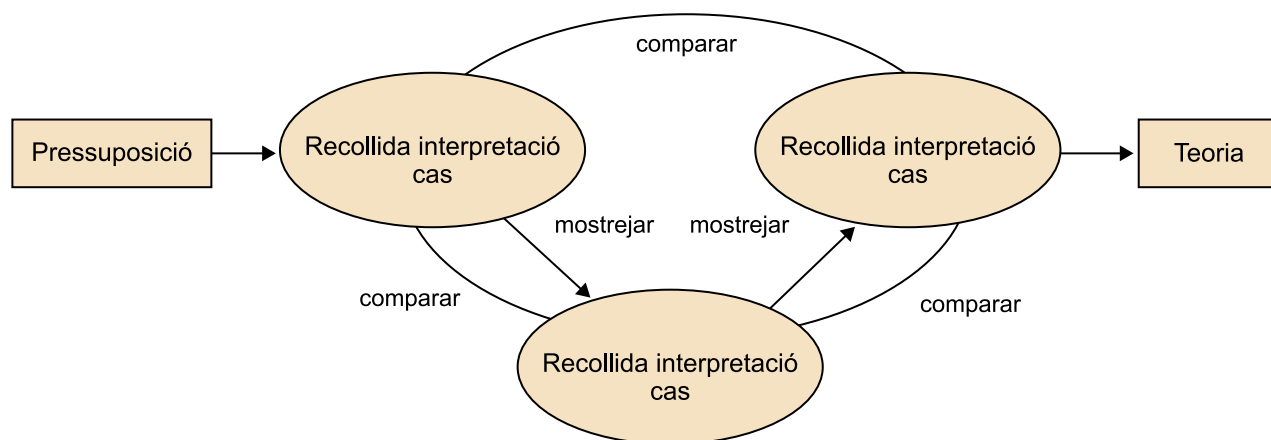
Apartat 3, "Escoles principals, teoria fonamentada en dades".

Flick (2007) assenyala que aquest model se centra en la interpretació de les dades, i concedeix menys interès a la manera com s'obtenen. Malgrat les debilitats que Flick veu en el model de procés de recerca de la teoria fonamentada, salva el fet que diversos aspectes del model, com el mostreig teòric, han protagonitzat debats i s'han utilitzat en altres models metodològics.

El model de la teoria fonamentada promou l'ús simultani dels components; per aquesta raó, la circularitat que comporta n'és un dels punts forts.

Per a Flick, la circularitat promou la reflexió constant de l'investigador sobre els processos de la recerca, enriquint el resultat final en el qual emergeix la teoria.

Model circular del procés de la recerca



Font: Flick (2007).

4.2. El model interactiu

El 1996, Joseph Alex Maxwell va plantejar el model interactiu, que ha revisat i modificat amb el pas del temps. Es tracta d'un model obert, flexible i interconnectat que té cinc components principals.

1) Propòsits o objectius

- Per què i per a què es fa l'estudi?
- Què fa que valgui la pena dur-lo a terme?
- Per on vol orientar la recerca?
- Quines pràctiques, polítiques o teories vol prendre com a guia?

Maxwell descriu la importància de tenir clars cinc objectius, que anomena *intel·lectuals*, i tres de pràctics. El primer objectiu intel·lectual és **comprendre el participant** de l'estudi i entendre no solament el fet físic o de comportament que s'analitza, sinó també el fet que el participant sent que forma part del procés. El segon objectiu intel·lectual és **comprendre el context** en el qual es desenvolupa la recerca. En tercer lloc, Maxwell assenyala el fet d'**identificar** els fenòmens o situacions inesperades que poden aparèixer en el desenvolupament.

pament de la recerca. El quart i el cinquè objectius intel·lectuals són, respectivament, **comprendre el procés** que segueix la recerca i dur a terme una **explicació causal d'aquesta**.

Respecte als objectius pràctics, Maxwell n'assenyala tres: generar resultats prou fonamentats, intentar fer una **avaluació formativa** sobre el procés i establir acords de col·laboració amb els investigadors participants per a estudis futurs.

Mendizábal (2006) anomena *propòsits* als objectius i assenyala la importància de tenir clar quins són: personals, teòrics o descriptius, si sorgeixen d'una iniciativa externa, etc. El plantejament que duu a terme es resumeix en la taula següent.

El propòsit de la recerca

Propòsit (objectiu)	Necessitat
Descriptiu	Descripció densa
Teòric	Contribuir a l'àrea de coneixement
Polític	Respondre al problema que s'investiga Obtenir recomanacions per implementar polítiques
Personal	Del propi desenvolupament professional
Extern	Sol·licitat per una institució

Elaboració pròpia basada en Mendizábal, 2006

En qualsevol cas, els objectius hauran de ser clars i concisos per tal de tenir clar quin és el propòsit de l'estudi, és a dir, saber què volem aconseguir i quin és el camí a seguir.

2) Marc conceptual

El marc conceptual no ha de recollir, solament, una revisió de la literatura que s'ha escrit sobre el tema. És a dir, a la revisió bibliogràfica tradicional s'ha d'afegir un cos teòric en construcció que tradicionalment no es té en compte: tesis en curs, recerques anteriors, recerques no publicades, revisions de col·laboradors, etc. i material divers que contribueix a ampliar la visió teòrica sobre l'objecte d'estudi en concret i no solament de l'àrea de coneixement en què es troba. Cal fixar-se que, en aquest punt, es contraposa a la proposta de la teoria fonamentada.

Establir un marc conceptual en què només s'inclouï la bibliografia publicada pot portar al fet que l'investigador pensí que la seva tasca és únicament descriptiva, i es quedin pel camí les preguntes i els problemes que havia volgut investigar. En aquest punt convé tenir una mirada més àmplia respecte a la revisió bibliogràfica.

Dins del marc conceptual, s'han de situar les mancances que s'han trobat, les reflexions pròpies i tot el que constitueix el cos teòric que fonamenta la recerca. Per a Maxwell, la millor manera de construir el marc conceptual és tenir en compte que la bibliografia oposada és una guia i no una autoritat irrefutable.

Aquesta proposta és una invitació al fet que l'investigador deixi de banda les pors d'expressar les seves idees dins del marc conceptual i les inclogui en un apartat que ha d'anar més enllà que recollir la feina d'altres col·laboradors. Per a alguns, aquesta experiència i coneixement previ es pot anomenar *subjectivitat*.

Nota

Cal recordar que Maxwell destaca quatre punts per a construir el marc conceptual: l'experiència pròpia i el coneixement de l'investigador; la teoria i la recerca ja existent; els estudis pilot i les propostes teòriques prèvies de l'investigador, i, finalment, les apostes i reflexions que l'investigador té al cap i que són les que l'han impulsat a afrontar la recerca.

3) Preguntes de recerca

Una vegada elaborat el marc conceptual, es passa a la fase de les preguntes de recerca. Ja s'ha elaborat un cos teòric que ha contribuït a confirmar les preguntes i les inquietuds que es tenen des de l'inici. També, i lògicament, han sorgit altres preguntes que formaran part d'aquest grup de qüestionaments que s'han de desenvolupar durant la recerca.

- Què es vol saber?
- Com es relacionen les diferents preguntes que sorgeixen?
- Què he d'aprendre per a arribar a l'objecte d'estudi?
- Què em pot portar a comprendre aquest problema que s'està plantejant?

Berg (2007) insisteix en la importància d'aquesta etapa i afirma que el rumb de la recerca, en gran mesura, depèn de les preguntes que es plantegen. Una recerca pot néixer d'una idea, però cal desenvolupar-la. Per això, després d'elaborar el marc conceptual és quan aquesta idea pren forma i ja es poden elaborar formalment les preguntes de recerca.

És possible que moltes preguntes hagin sorgit després d'aquesta primera idea del que es vol investigar. De fet, pot partir d'una pregunta. Vegem un exemple que planteja Berg (2007: 34-35):

Exemple

- **Idea original de recerca.** Quina relació hi ha entre la universitat i el consum d'alcohol en els homes nord-americans?
Una vegada es té la idea, es duu a terme la revisió teòrica, la reflexió dels antecedents de recerca propis, per després formular el problema.
- **Plantejament del problema (objectiu).** Aquesta recerca proposa estudiar els comportaments relacionats amb la ingesta d'alcohol, en els homes nord-americans en edat universitària.
- **Preguntes de recerca.** Berg en proporciona alguns exemples, però no vol dir que siguin únicament les següents:
 - Quins són alguns dels comportaments normatius quan consumeixen alcohol els joves adults nord-americans?
 - Com manegen l'abstinència els joves adults nord-americans quan es troben en alguna situació social en què l'alcohol és present?

- Com defineixen els joves adults nord-americans les conductes adequades quan beuen?
- Com defineixen els joves adults nord-americans l'alcoholisme?

Com es veu en l'exemple de les preguntes de recerca de Berg, s'ha d'aclarir sempre l'objecte d'estudi encara que sembli reiteratiu. L'autor insisteix en el fet que aquestes preguntes són el resultat de la revisió teòrica, i de les intuïcions i reflexions pròpies de l'investigador. Les preguntes de recerca es transformen en les hipòtesis que es manejaran en l'estudi.

4) Mètodes

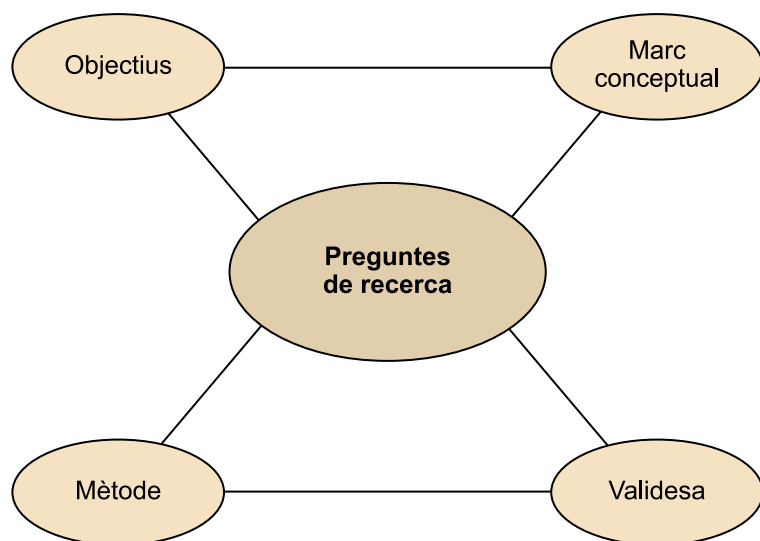
En aquesta fase, l'investigador ha de triar els mètodes que utilitzarà per a resoldre les preguntes que ha formulat, és a dir, per a desenvolupar la recerca. Aquesta elecció ha de ser absolutament justificada, ja que en depèn el desenvolupament i l'èxit, o no, de la recerca. Implica tenir claredat sobre com es poden arribar a contestar les preguntes de recerca. A més, cal tenir en compte la infraestructura que requereix cada mètode, l'equip que ha de participar en la seva aplicació, el cost, etc. En altres paraules, s'ha de mesurar l'abast de l'elecció del mètode.

5) Validesa

En aquest punt, Maxwell afegeix que s'han de tenir en compte diversos factors com el tipus d'amenaques que pot tenir la recerca (de temps, econòmiques, de personal, però també conceptuals, d'errors en el disseny, etc.) i la manera de solucionar-ho. Si les troballes han canviat les primeres idees, etc.

Maxwell il·lustra el model de la manera següent, en què es veu la relació entre els cinc components del disseny de la recerca qualitativa:

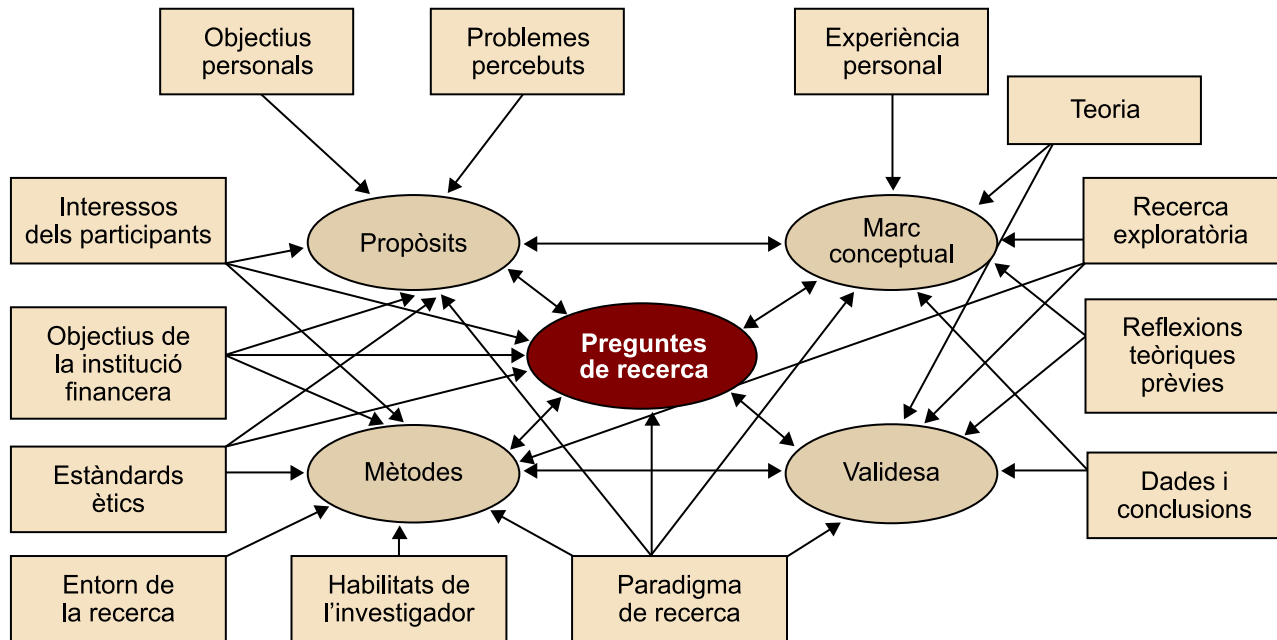
Model interactiu de disseny de recerca qualitativa



Font: Maxwell (1996).

El model va anar evolucionant i, el 2003, Maxwell i Loomis publiquen un article en el qual revisen el model i hi afegeixen els factors de context que poden influir en el disseny de la recerca:

Factors de context que influeixen en el disseny de la recerca



Font: Maxwell i Loomis (2003: 247).

Els autors destaquen el fet que existeixen factors que, encara que no formen part de la recerca, s'han de tenir en compte com a possibles influències a l'hora de dissenyar-la. Tal com s'observa en la imatge, alguns d'aquests factors són els següents: les fonts i els recursos disponibles, les habilitats de l'investigador, la percepció que es pot tenir de l'existència de problemes conceptuals i pràctics, les qüestions ètiques, les preocupacions i les respostes dels participants, i, per descomptat, la presa de dades.

En el model interactiu, es defensa el fet que els cinc components principals són els ja esmentats: objectius (propòsits), preguntes de recerca, marc conceptual, mètode i validesa, i al voltant d'aquests es mouen els altres elements.

4.3. La proposta de Janesick

Valerie Janesick inicia la seva proposta de disseny de recerca per mitjà d'una pregunta que considera clau: què vull saber per mitjà de l'estudi? Aquesta pregunta, que pot semblar òbvia, és a vegades difícil de contestar o, com a mínim, de respondre amb una claredat i una concreció totals.

La proposta de Janesick indica que un investigador ha de resoldre certes preguntes (preguntes de recerca) abans de dissenyar el projecte: què s'ha estudiat sobre l'objecte d'estudi?, en quines circumstàncies?, durant quant temps?,

amb qui? D'aquesta manera, el disseny d'una recerca, segons Janesick, ha de respondre al que anomena *període d'escalfament* o *de presa de decisions* abans de començar l'estudi:

- 1) Preguntes que guien la recerca (preguntes de recerca).
- 2) Selecció del lloc i dels participants.
- 3) Accés al lloc triat i posada en comú d'acord amb els participants.
- 4) Calendari de l'estudi.
- 5) Selecció de l'aproximació teòrica. Entre d'altres, esmenta les següents: etnografia, tradició oral, etnometodologia, historiografia, interaccionisme simbòlic, etc.
- 6) Lloc que ocupa la teoria en l'estudi.
- 7) Identificació de les tendències i ideologia de l'investigador.
- 8) Aspectes ètics de la recerca.

Respecte als dos últims punts, la proposta destaca que els investigadors qualitius accepten el fet que l'estudi té una orientació ideològica provinent de l'experiència, de la formació, de la història personal i professional, i d'altres factors que influeixen en el punt de vista d'una persona. No obstant això, abans de començar l'estudi cal que les qüestions i els dilemes ètics se solucionin.

A més a més, s'han de tenir en compte certes característiques inherents al disseny de la recerca qualitativa:

- És holístic.
- Té en compte les relacions d'un sistema o de la cultura.
- Es refereix a la relació cara a cara i immediata.
- Busca comprendre l'entorn social.
- Reclama que l'investigador romangui dins de l'entorn establert.
- Reclama el mateix temps per a l'anàlisi de dades que per al treball de camp.
- Demana que l'investigador desenvolupi un model sobre l'entorn social que investiga.

- Requereix que l'investigador es converteixi en un instrument de recerca; és a dir, que l'investigador tingui l'habilitat per a observar i fer les entrevistes pertinents per a la recerca.
- Incorpora les decisions consensuades i és obert als plantejaments ètics que sorgeixin.
- Inclou una descripció del paper dels investigadors i una descripció de les tendències i preferències ideològiques que tenen.
- Les anàlisis de dades s'han d'anar actualitzant.

A més de les decisions que s'han de prendre en la fase prèvia del disseny, Janesick també té en compte les situacions que es presenten durant el desenvolupament de la recerca. El fet d'utilitzar unes tècniques determinades no és suficient per a la recerca qualitativa. És important la interpretació que es faci de les creences i els comportaments dels participants. Les troballes de l'investigador han de buscar les perspectives dels participants, els punts de tensió i de conflicte que es presenten.

Per a la fase final de l'estudi, s'ha de saber quan s'acaba el treball de camp i quan es comença l'anàlisi de dades. Al final de l'estudi, es recomana la realització d'un procés de triangulació.

Cal recordar que l'investigador qualitatiu duu a terme l'anàlisi a partir de les dades. Les categories que utilitza no s'estableixen d'una manera prèvia sinó que sorgeixen del treball de camp, dels documents estudiats i de les entrevistes dutes a terme. Janesick, que utilitza la metàfora de la dansa per a parlar del disseny, diu que, igual que un coreògraf, l'investigador ha de trobar la forma més efectiva d'explicar la història, i assegura que per a aconseguir-ho el millor és ser fidel a les dades i a les troballes que han resultat de la recerca.

Vegeu també

"Fonamentar la recerca qualitativa. Apartat 13, la triangulació."

5. La població d'estudi i la mostra

5.1. Definició de la població i la mostra

Un aspecte molt important en qualsevol treball és definir-ne la població d'estudi, és a dir, determinar qui es vol estudiar. Aquest aspecte és inherent en el moment de definir els propòsits o objectius de la recerca. Per tant, la població d'anàlisi es pot definir com el conjunt d'individus que tenen unes característiques comunes susceptibles de ser estudiades. Cal assenyalar que quan es fa referència a "individus" no necessàriament han de ser persones, sinó que poden ser associacions, empreses, institucions, unitats documentals, etc.

En la majoria de les recerques és difícil poder estudiar la població d'una manera completa i exhaustiva, incloent-hi tots els individus que formen part de la població, especialment quan parlem de poblacions grans. Per això es poden utilitzar diversos mètodes que permetran seleccionar una mostra. La mostra qualitativa es pot definir com un subconjunt de la població escollida que és representativa de la població. En la recerca qualitativa es tendeix a emprar mostres petites, ja que l'objectiu no és generalitzar-ne els resultats (inferir els resultats a la població), sinó aprofundir en el coneixement del fenomen que cal estudiar, és a dir, interessa la profunditat de coneixement en l'objecte d'estudi i no l'extensió de la quantitat d'unitats (Mejía, 2000). En aquest context, McClafferty i altres (1996, pàg. 2 i seg.) destaquen que les mostres petites poden ser suficients per a trobar un patró i asseguruen que es poden interpretar amb sentit comú. Tanmateix, Yin (2011) adverteix que el procés de mostreig és especialment delicat, ja que el principal repte a l'hora de definir la mostra prové de la necessitat de conèixer els individus que cal seleccionar i de justificar-ne el perquè, així com el nombre final d'individus que formaran part de l'estudi.

5.2. Criteris i principis a considerar

A l'hora de definir una mostra en la recerca qualitativa cal tenir en consideració diversos principis i criteris. Miles i Huberman (1994, pàg. 13 i seg.), Morse i Field (1995, pàg. 80 i seg.) i Flick (2007, pàg. 75-86) defineixen diferents aspectes que s'haurien de tenir en compte a l'hora d'escollir la mostra en una recerca qualitativa:

1) **Determinació *a priori* de l'estructura de la mostra.** Té a veure amb criteris abstractes, perquè parteixen d'una idea de la distribució de l'objecte d'estudi.

2) **Recollida completa.** Una vegada definit l'estudi, s'exclouen els casos que no compleixen els criteris que s'investiga, de manera que ja es posa límits a la possible mostra. Aquesta estratègia pretén analitzar la totalitat de casos que compleixen els requisits per analitzar.

3) **Principi de representació socio-estructural:** segons Mejía (2000) cada membre seleccionat representa un nivell diferenciat que ocupa en l'estructura social de l'objecte de la recerca.

4) **Elecció de la mostra primerenca.** A diferència de Glaser i Strauss, Miles i Huberman consideren que la mostra s'ha de definir en l'estadi més primerenc de la recerca. Aconsellen iniciar la recerca de casos seguint la intuïció i l'experiència de l'investigador, encara que considerant les preguntes de recerca, les limitacions de la mostra (econòmiques, geogràfiques, d'accés, etc.). Cal recordar que el mostreig qualitatiu és més propositiu que aleatori.

5) **Principi d'adequació.** Els individus que es vol estudiar s'han de seleccionar segons els criteris i les preguntes que s'hagin definit en el disseny de la recerca. És a dir, s'han de triar els individus que poden proporcionar la millor (més adequada) informació per al nostre projecte. Morse i Field recorden que les dades qualitatives s'han de manejar amb cura; per aquest motiu és millor utilitzar una mostra petita però ben treballada, que sigui efectiva i eficient, tenint en compte els costos que es destinen a la recerca i que se solen restringir.

6) **Principi de suficiència.** El segon principi de Morse i Field és el de suficiència: saber en quin punt s'aconsegueix la quantitat suficient d'individus que es vol estudiar a fi de tenir una bona comprensió del fenomen que s'estudia. Les autores recomanen tenir en compte el criteri de saturació teòrica de Glaser i Strauss, segons el qual es deixen de buscar individus quan ja no es troben dades que contribueixin a aclarir el problema de recerca. En aquest moment es considerarà que s'ha arribat al punt de saturació. Segons Bertaux (1993), el punt de saturació es pot assolir a partir dels trenta casos, de manera que d'un a deu casos hi ha una elevada varietat dels aspectes objecte d'estudi; d'onze a quinze casos es comencen a comprendre les pautes estructurals i s'inicia el procés de saturació; de setze a vint-i-cinc casos es disposa d'un relat i es confirmen les pautes establertes, afegint-hi només petites variacions, i, finalment, de vint-i-sis a trenta casos es redunda en les pautes i s'assoleix el nivell de saturació (Mejía, 2000, pàg. 172). Quan l'investigador no pot arribar a un acord sobre la manera de posar límits a la mostra, s'utilitza una mostra secundària. Però també ha de ser conscient que no es poden estudiar tots els individus d'un fenomen, tret que aquest sigui prou minoritari i el temps, el pressupost i l'equip de la recerca ho permetin.

7) **Selecció secundària.** Si l'investigador detecta que li falten elements per a completar la mostra, té l'alternativa de convocar voluntaris que participin en la recerca, mitjançant una entrevista que ha de liderar l'investigador principal. Si alguna de les entrevistes no aporta cap element a la recerca, no s'analitza.

No obstant això, no es descarta, sinó que es guarda com a part del procés. L'investigador ha d'aclarir en l'informe la situació que es va presentar. Tots aquests principis i criteris tenen com a denominador comú la importància del rigor. L'aplicació dels criteris i principis ha d'estar fonamentada.

En la recerca qualitativa hi ha diversos mètodes que permeten triar les unitats que formaran part de la mostra. Tal com es pot deduir de l'apartat anterior, els mètodes de mostreig que s'utilitzen en la recerca qualitativa no promouen l'aleatorietat de les unitats que constituïran la mostra. Així doncs, els mètodes de mostreig que s'utilitzen són els anomenats *mètodes no probabilístics*, dels quals en destaquen tres com a més comunament utilitzats (Mejía, 2000; Veal, 2011):

1) **Mostreig per conveniència.** Les unitats que formaran part de la mostra (individus, organitzacions, etc.) se seleccionen de manera arbitrària i s'escullen per la facilitat d'accés de l'investigador. Per exemple, els amics, els companys de feina, els visitants d'un recurs turístic específic, etc. Si bé és un mètode que presenta importants limitacions a causa de l'arbitrarietat, s'utilitza sovint en estudis exploratoris.

2) **Mostreig per criteri.** Els individus que formen part d'aquesta mostra s'escullen a partir de criteris conceptuals segons els principis de representativitat estructural, de manera que les variables que defineixen l'estructura de la mostra s'han establert teòricament per l'investigador. Per exemple, individus que formen part d'un grup d'edat. Així doncs, primer caldrà definir els criteris teòrics i, després, escollir les unitats d'anàlisi tenint en compte aquests criteris.

3) **Mostreig per bola de neu.** Aquesta tècnica s'utilitza quan no es coneixen els individus que formen part d'una població o els individus que són rellevants per estudiar un cas específic. El seu funcionament es basa en afegir nous individus a la mostra, a mesura que aquests són esmentats per altres informants en el decurs de la recollida de dades.

6. Els mètodes de recollida de dades

Seleccionar les tècniques de recollida d'informació més adequades al projecte és també una virtut i un art. La decisió implica diferents factors de coherència conceptual, d'utilitat, de preparació dels membres del grup investigador, de recursos econòmics, d'infraestructura i d'altres que puguin sorgir quan es planifica l'estudi.

Pons (1993) destaca que cal analitzar aquests mètodes tenint-ne en compte el rigor i la precisió, les característiques de l'objecte d'estudi, l'adaptació d'aquest mètode a les seves característiques, i, finalment, la factibilitat, que té a veure, entre d'altres, amb la preparació dels investigadors i els recursos que es tenen per a desenvolupar l'estudi. Addicionalment, cal tenir en compte les fonts, la fiabilitat i l'accessibilitat de les fonts i el temps que s'emprarà.

Els mètodes més usats en la recerca qualitativa per a recollir informació són quatre:

- 1) L'observació
- 2) L'anàlisi textual i documental
- 3) L'entrevista
- 4) La transcripció

Recordem que molts investigadors (Silverman, Flick, Taylor i Bogdan) assenyalen la riquesa de combinar aquests quatre mètodes. A més de ser bastant usats en la recerca social, també els utilitzen els investigadors quantitativs. Vegem una taula de Silverman sobre aquest tema.

Usos dels quatre mètodes

Mètode	Metodologia	
	Recerca quantitativa	Recerca qualitativa
Observació	Treball preliminar, abans d'elaborar el qüestionari	Fonamental per a comprendre una altra cultura
Anàlisi textual	Anàlisi de contingut en termes de categories dels investigadors	Comprensió de les categories analitzades
Entrevista	Enquesta. Selecció múltiple per a grans mostres	Preguntes obertes per a mostres petites
Transcripció	S'usa amb poca freqüència	S'usa per a entendre com organitzen les respostes els participants

Font: Silverman (1994, pàg. 9)

Més que un aspecte restrictiu, Silverman assenyala que la importància del mètode és entendre que són tècniques el significat de les quals depèn de com són usades i en el marc de quina metodologia es desenvolupen. Per exemple, l'observació en la metodologia quantitativa és poc freqüent a causa de la dificultat d'observar mostres molt grans, que és el que més interessa als quantitativs.

D'altra banda, qüestionen la fiabilitat de la informació que proporciona aquesta tècnica. Per això, l'observació es fa servir en fases exploratòries i preliminars de la recerca quantitativa. Per contra, l'observació és una de les tècniques més utilitzades en la recerca qualitativa, especialment en l'antropologia.

El cas de l'anàlisi textual és similar. Per a la recerca quantitativa, l'anàlisi dels textos és útil en la mesura que genera evidències fiables sobre mostres considerables. En el grup de l'anàlisi textual, l'anàlisi de contingut és el mètode més utilitzat pels quantitativs.

En la recerca qualitativa s'analitzen textos sense que importi la quantitat. La mostra pot ser petita i es dona més importància al propòsit de l'anàlisi. Per exemple, es trien categories i s'analitza com actuen en entorns o activitats diferents.

Les entrevistes s'utilitzen tant en la recerca quantitativa com en la recerca qualitativa. En la recerca quantitativa, la tècnica més comuna és l'enquesta a mostres grans, a l'atzar, i amb preferència per les preguntes tancades pel fet que són més fàcils de tabular i analitzar. En la recerca qualitativa, tal i com hem vist, la mostra pot ser petita i els mètodes més emprats són l'entrevista semi-estructurada i les reunions de grup.

El quart mètode descrit per Silverman és la transcripció de dades, tant d'entrevistes enregistrades com de vídeo. En la recerca quantitativa s'usa rarament, com diu Silverman, potser perquè se n'assumeix la dificultat de quantificació. Per a la recerca qualitativa és una tècnica que serveix, especialment, quan es requereix confrontar les notes de l'investigador. És útil quan es tracta d'un material extens, detallat i en el qual es volen comprovar dades que s'han escapat a l'investigador, però que apareixen en els enregistraments.

A continuació, s'analitzarà cadascuna d'aquestes tècniques de manera individual.

6.1. L'observació

L'investigador social busca veure el que estudia en el context corresponent. Per aquest motiu, la seva tasca principal és l'observació, que orienta de dues maneres. En primer lloc, tenim l'observació no participant o, simplement, observació, quan l'investigador roman aliè a qualsevol contacte amb el que observa i es manté com a simple observador.

En segon lloc, tenim l'observació participant, una de les tècniques per excel·lència de la recerca qualitativa. S'anomena *participant* perquè hi ha la possibilitat que l'investigador interaccioni amb el fenomen o subjectes observats.

L'observació participant ha estat indispensable en la tasca dels antropòlegs quan fan treball de camp en comunitats indígenes, camperoles, etc. Molts antropòlegs duen a terme un treball d'immersió i decideixen quedar-se a conviure amb els grups que investiguen. De fet, és un mètode que s'utilitza des de fa anys. Els primers exploradors de la fi del segle XIX ja conservaven quaderns de camp en què narraven les característiques dels indígenes que havien trobat i en què explicaven els ritus que utilitzaven, la jerarquia que tenien, la dieta que seguien, etc.

Per a la sociologia, l'observació participant també ha estat una tècnica especialment rica. Ja en els anys trenta, l'Escola de Chicago va utilitzar aquesta tècnica per a investigar la vida urbana, el desenvolupament d'aquesta i la manera de moure's i de relacionar-se dels diferents grups socials (treball de Park i Burgess), i les relacions ètniques, el treball, les ocupacions i els rols socials (treball d'Everett Huges).

L'observació és una de les bases de l'etnografia, però diferents disciplines l'han adoptat com a tècnica que proporciona molta informació.

En el cas concret dels estudis de visitants d'institucions culturals i l'avaluació d'activitats i exposicions, l'observació s'utilitza des dels anys vint i trenta del segle XX. Serveix per a observar, descriure, quantificar i analitzar el comportament del públic durant la visita. Segons Pérez Santos (2000: 74), les tècniques d'observació són útils per a determinar els fluxos de circulació, analitzar els índexs d'atenció dels visitants als diferents elements expositius, determinar l'ordre i el temps dels recorreguts, i establir el patró de comportament de la visita.

L'observació pot ser **encoberta** (*noncued testing*) o **participant** (*cued testing*).

Flick assenyala que cal tenir en compte el següent:

1) L'observació encoberta respecte de l'observació descoberta

Es tracta d'un dels dilemes dels investigadors que segueixen aquesta tècnica, i és el fet de descobrir-se davant els observats. Per a molts, és una qüestió ètica el fet de fer saber a una persona que està sent observada, mentre que per a uns altres descobrir-se davant d'un observat li resta espontaneïtat i naturalitat a l'hora de comportar-se.

2) L'observació participant respecte de l'observació no participant

Què és més adequat? En la mateixa línia del punt anterior, alguns investigadors qüestionen el fet de formar part de l'activitat que s'està estudiant. No obstant això, segons el context que s'analitzi, pot ser necessària la participació de l'investigador.

3) L'observació sistemàtica respecte de l'observació no sistemàtica

Té a veure amb la decisió d'establir un estàndard, un esquema per a l'observació; o de fer-la a mesura que es desenvolupa l'activitat.

4) L'observació en situacions naturals respecte de l'observació en situacions artificials

Alguns investigadors consideren que cal traslladar el fenomen que s'analitza al laboratori per a poder detallar l'observació. D'altres consideren que el fet de treure l'acció que s'estudia del context li resta naturalitat, cosa que no pot garantir una informació fiable.

5) L'observació d'un mateix respecte de l'observació d'uns altres

Funciona com un exercici d'autoavaluació i de reflexió que pot ajudar l'investigador a revisar el seu treball.

L'observació participant implica també tenir en compte els rols següents: el participant, el participant que actua com a observador, l'observador que actua com a participant i l'observador que no s'implica en cap moment.

Adler i Adler (1994, pàg. 380) assenyalen que les fases de l'observació són les següents:

1) Selecció de l'objecte que s'observarà

En aquesta primera fase, es poden presentar diverses situacions: l'investigador pot estar mogut per interessos teòrics a estudiar un fenomen, situació o activitat determinats.

També hi ha la situació en què l'observador té accés a un entorn concret i decideix estudiar-lo. Finalment, l'investigador pot rebre l'encàrrec d'analitzar un cert objecte específic.

Exemple

En el cas de les exposicions, amb l'observació –la no participant– s'obté informació sobre el poder d'atracció d'una peça, un text, etc. i el poder de mantenir l'atenció del visitant (Pérez, 2000). D'altra banda, l'observació participant en exposicions s'utilitza per a provar elements abans de la inauguració. L'observat és avisat del procés i l'observador hi interacciona.

2) Accés a l'objecte de recerca

Aquesta fase té a veure amb l'establiment dels contactes pertinents per a poder dur a terme l'observació, cosa que pot dependre del tipus de motivació de l'investigador. És a dir, en el cas que la recerca sigui un encàrrec o que l'observador tingui accés a l'entorn, no hi haurà problemes d'autoritzacions o permisos. Per contra, quan l'interès és teòric, probablement, l'investigador haurà de fer gestions per a poder efectuar l'observació.

3) Formació d'investigadors

Si l'observador treballa tot sol, haurà de començar immediatament a fer la recerca. D'altra banda, quan hi ha un equip d'observadors, cal dur a terme una formació prèvia al treball de camp.

4) Elecció de la manera de recollir les dades

Les dades es poden recollir en formats diferents que l'investigador haurà de triar, tenint en compte la manera de buidar la informació i d'analitzar-la. Alguns dels formats més comuns són els enregistraments en vídeo o només de veu, la recollida d'informació en un format preestablert que segueix aspectes que interessa tractar. També es poden utilitzar mapes quan s'estudien recorreguts, per exemple, en les exposicions.

En gestió cultural, una de les institucions que més usa aquesta tècnica són els museus, en què serveix, especialment, per a conèixer els recorreguts dels visitants, la reacció davant d'un quadre específic, d'algun diorama o de qualsevol altre element que la institució estigui interessada a analitzar. Alguns dels autors especialistes en aquest tema –Asensio i Pol (1997), Bitgood (1992), Serrell (1993), Pérez Santos (2000), Prats (1988)– assenyalen que l'observació és una de les tècniques més convenientes per a verificar l'efectivitat d'una exposició.

Pérez Santos (2000) assenyalava certes mesures per a garantir la fiabilitat de l'observació:

- Definir prèviament el tipus de comportament que es vol observar i sobre quin aspecte de l'exposició.
- Utilitzar instruments tècnics senzills a l'hora de recollir la informació i tenir en compte la fugacitat dels comportaments d'un visitant a una exposició.
- Entrenar els observadors.
- Fer més senzilla la presa de dades.

Malgrat que l'observació és una tècnica que proporciona informació molt important a l'hora d'avaluar el funcionament, en el nostre cas, d'un producte cultural, l'investigador ha de ser conscient que hi pot haver problemes en l'aplicació d'aquesta tècnica. Adler i Adler (1994) i Pérez Santos (2000) n'indiquen alguns:

1) **Validesa.** L'observació es duu a terme, generalment, en unes condicions en què els observadors no tenen més remei que confiar en les seves percepcions; per això cal que estiguin formats. En alguns casos, s'han de dur a terme jornades d'entrenament.

2) **Problemes tècnics i ètics.** Pérez Santos assenyala que l'observació encoberta (quan la persona observada no sap que l'estan estudiant) comporta problemes tècnics i ètics. L'autora aconsella solucionar aquests inconvenients mitjançant mostrejos de temps adequats, i el control de les variables que diferencien els individus estudiats, com el gènere, l'edat, etc. Pel que fa a l'aspecte ètic, es produeix especialment quan s'efectua una observació encoberta, ja que el fet de no avisar una persona que està sent observada pot representar una invasió a la seva intimitat. En institucions culturals com els museus, les galeries i altres equipaments similars, s'avisava els visitants que s'han instal·lat càmeres o que hi ha una persona encarregada d'observar-los, cosa que permet solucionar aquest obstacle per mitjà d'una explicació de la recerca que s'està duent a terme.

3) **Biaixos de l'observació.** Finalment, Santos apunta que aquesta tècnica de recollida de dades pot presentar una sèrie de biaixos, per part dels observadors, per exemple, les expectatives que hi ha en la recerca, les presumpcions que té l'investigador abans de fer el treball de camp i els errors dels instruments d'observació, etc. En recerques amb molts recursos, es pot utilitzar la doble observació per a garantir els resultats.

Quan es duen a terme observacions, Bitgood (2002) suggereix considerar tres principis bàsics, que s'interrelacionen i que tenen en compte com s'explica l'atenció del visitant:

Principi 1. L'atenció a les exposicions és selectiva. Els visitants només fixen l'atenció en un objecte alhora, i el fet que s'hi fixin o no té a veure amb la proximitat en el recorregut que fan.

Principi 2. Els visitants han d'estar motivats per a fixar la seva atenció en l'exposició.

Principi 3. Els recursos per a atendre una exposició tenen una capacitat limitada i van minvant per l'esforç físic i mental.

Segons Pérez Santos (2000: 73-78), les tècniques d'observació més usuals són les següents:

- **Els registres narratius.** S'utilitzen de manera prèvia a una observació sistemàtica. L'observador registra els comportaments que considera més importants.
- **L'observació de recorreguts.** Aquesta observació es plasma en un esquema en què l'observador anota el recorregut que fa el visitant i el temps que triga en cadascun dels llocs de l'exposició. Avui dia, es continua utilitzant l'esquema de fletxes elaborat per Melton el 1935. Generalment, registra l'ordre de la visita, el temps dedicat a cada element de la mostra i el temps total de la visita. En alguns casos s'utilitzen vídeos i fotografies, i s'ha arribat a desenvolupar un programari que mesura la quantitat de trepitjades del recorregut.
- **Mapes conductuals.** Aquesta tècnica consisteix a explicar el nombre total de persones en un espai expositiu en dies i hores diferents. El valor principal que té és que redueix el biaix, però la informació que s'obté és estadística i s'ha de complementar amb els comentaris de l'observador. Implica un cost de temps i diners inferior, a més de basar-se en la conducta actual.
- **Observació en punts de mostreig.** Es tracta de recollir el comportament d'un grup de persones. És més ràpid que l'observació de recorreguts, però no permet conèixer el comportament individualitzat dels subjectes.
- **Escales d'estimació.** Busca registrar la quantitat de parades que duu a terme un visitant i la qualitat d'aquestes. S'usen escales numèriques (del 0 al 10) o gràfiques.
- **Observació participant.** En aquesta tècnica, l'investigador participa del procés igual que els subjectes estudiats.
- **Observacions focalitzades.** S'utilitzen per a avaluar només una exposició dins d'un museu o un petit nombre d'exposicions. És útil tant per a analitzar el comportament del visitant com per a estudiar els errors d'un element expositiu. En aquest últim cas, l'observació és dirigida.

Taylor i Bogdan (2002) recomanen no aclaparar-se amb la gran quantitat d'informació que pot trobar l'investigador en l'escenari que investiga. Per aquest motiu, cal posar límits a la recerca i ajustar les variables que s'observaran.

6.2. L'entrevista

L'entrevista és un recurs molt útil en els estudis de visitants. Segons Pérez Santos (2000: 94-96), en els estudis de visitants s'utilitzen les entrevistes estructurades per mitjà de preguntes tancades i definides *a priori*. En les ciències socials

en general, l'observació és la tècnica més emprada per a recollir dades, tot i que l'entrevista ha anat guanyant adeptes i, de fet, en moltes recerques s'utilitza per a poder arribar d'una manera més directa al subjecte.

6.2.1. L'entrevista estructurada

Es tracta d'una entrevista amb un qüestionari previ que no permet sortir del guió. Es tracta que l'entrevistat triï la resposta d'un grup predeterminat de preguntes llegides per l'entrevistador. En aquesta classificació és poc freqüent que es combinin preguntes obertes i tancades.

L'entrevistador ha d'estar entrenat per a poder afrontar cada entrevista de manera diferent. Els entrevistats reben la mateixa sèrie de preguntes i les han de respondre en el mateix ordre. Hi ha poc marge d'acció, ja que l'entrevistador no pot contrapreguntar.

Fontana i Frey aconsellen tenir en compte els aspectes següents:

- Utilitzar una explicació general sobre la recerca i no entrar en els detalls.
- No desviar-se del qüestionari preestablert ni en els termes que s'hi usen.
- No permetre que l'entrevista sigui interrompuda o que una altra persona contesti per l'entrevistat.
- No suggerir cap resposta ni donar mostres d'estar d'acord o no amb la resposta de l'entrevistat. Per cap motiu no s'han de donar a conèixer les opinions personals de l'entrevistador.
- S'han d'evitar les interpretacions de les respostes i cal registrar-les tal com les ha expressat l'entrevistat.

En aquest grup hi ha les entrevistes telefòniques, les que s'efectuen en els supermercats, en el porta a porta i en parcs o equipaments culturals.

Les entrevistes estructurades tracten de minimitzar els errors que, no obstant això, es poden presentar per l'aplicació indeguda, errors en el disseny com l'ús de paraules inadequades, massa tècniques, etc., o la poca preparació de l'entrevistador.

De tota manera, l'entrevista estructurada és afectada pel context en què es duu a terme l'entrevista, per l'ambient, per la interacció amb l'entrevistador i per altres factors que poden influir en l'entrevistat. També es coneix com a *entrevista estandarditzada* o *enquesta*.

Vegem d'una manera més específica l'enquesta. Com hem dit, la majoria d'investigadors qualitius la consideren una part del gènere de les entrevistes. És un mètode que s'empra amb freqüència per a conèixer les característiques sociodemogràfiques dels visitants. També s'utilitza en els casos en què es volen avaluar els efectes d'una acció específica (per exemple, l'ús d'algun element d'una exposició) o quan es volen obtenir dades generals, per exemple, conèixer l'impacte produït en una activitat específica. Encara que sembli senzill, un dels aspectes que cal cuidar més és l'elaboració del qüestionari i, també, la formulació del problema que s'investigarà. Les preguntes han de ser curtes, clares i poden ser obertes o tancades.

En l'aplicació d'una enquesta s'ha de considerar el disseny de la mostra, de manera que es triï un nombre representatiu. Es fa de diverses maneres: mitjançant un entrevistador, autoadministrada (quan l'emplena l'enquestat), per telèfon, per correu postal o per correu electrònic. Aquest mètode de recollida de dades requereix estudis de pilotatge per a poder assegurar el funcionament de les preguntes. S'ha de tenir el temps suficient per a preparar i analitzar les dades.

En el disseny del qüestionari són importants els aspectes següents:

- Establir una introducció curta en la qual s'explica la recerca, l'objecte d'aquesta i les institucions participants. Aquest punt és molt important quan l'enquesta és autogestionada, perquè no hi ha la possibilitat que el subjecte solucioni els seus dubtes. Si es fa mitjançant un entrevistador, aquest ha d'estar ben informat per a contestar les preguntes de la persona.
- Redactar preguntes curtes, clares, en llenguatge senzill.
- Segons el que s'hagi decidit, s'inclouran preguntes obertes o tancades (de selecció múltiple). Es recomana utilitzar aquestes darreres perquè són més senzilles de codificar i analitzar, encara que tot depèn del tipus de recerca que estigui en curs i de la informació que es vulgui recollir.
- Dividir el qüestionari segons el tipus d'informació.
- L'investigador ha de ser creatiu per a trobar la manera que el qüestionari sigui prou curt, perquè l'entrevistat no es cansi i se'n vagi sense contestar-lo íntegrament, però també, per a incloure totes les preguntes necessàries. Això implica un exercici de reflexió sobre la importància de cadascuna de les preguntes.

Es recomana tenir en compte el disseny de l'enquesta. Tot ens entra pels ulls, i el qüestionari no n'és una excepció. El contacte amb l'entrevistat és una altra de les qüestions que s'ha de manejar amb cura i subtileza.

Exemple

El primer bloc sol recollir la informació sociodemogràfica de l'entrevistat o enquestat. En un estudi de visitants d'un equipament cultural, s'inclouen les variables de la visita (amb qui va acompanyat, a quin hora hi va, per què, etc.). D'acord amb els objectius de la recerca, s'inclouen variables d'opinió, d'impacte, de record i d'altres que l'equip de recerca estableix.

6.2.2. L'entrevista semiestructurada

Hi ha un qüestionari patró, però l'entrevistador pot plantejar preguntes addicionals a mesura que es desenvolupa l'entrevista. S'utilitza per a recollir informació sociodemogràfica, actitudinal, d'interessos i preferències del públic i permet conèixer de prop l'usuari. Les entrevistes semiestructurades es poden fer servir amb els professionals de l'equipament cultural, o amb experts per a tractar informació concreta d'una exposició.

Fontana i Frey (1994) i Flick (2007) assenyalen diferents tipus d'aquesta entrevista:

a) Focalitzada. Desenvolupada per Merton i Kendall per a analitzar el paper dels mitjans de comunicació. El propòsit inicial d'aquesta entrevista era establir els efectes dels mitjans de massa, sobretot de la televisió.

Els elements de l'entrevista focalitzada són quatre:

- **L'absència de direcció:** té a veure amb la combinació de preguntes obertes i tancades, i les diverses maneres de preguntar.
- **El criteri d'especificitat:** es tracta que l'entrevistat expressi l'efecte d'un element específic d'una exposició, d'una pel·lícula o de qualsevol altre producte cultural que s'estigui estudiant.
- **El criteri d'amplitud:** s'assegura que les preguntes de recerca estiguin reflectides en el qüestionari que s'aplica. Cal que l'entrevistador tingui clar l'objecte de la recerca perquè pugui contrapreguntar sobre algun tema d'interès en el projecte. En aquest cas, es necessita una persona hàbil i suficientment coneixedora de l'objecte d'estudi per a fer l'entrevista.
- **La profunditat i el context personal de l'entrevistat influeixen en la informació que proporciona:** cal obtenir respostes que vagin més enllà de "em va agradar" o "em va desagradar".

Exemple de preguntes de l'entrevista focalitzada

- Què t'ha impressionat més d'aquesta pel·lícula?
- Com et vas sentir en la part que descriu quan llicencien Jo de l'exèrcit i el qualifiquen de psiconeuròtic?
- A partir de la pel·lícula, penses que el material bèl·lic alemany era millor que el que utilitzaven els nord-americans, igual de bo o pitjor?
- Pensant-ho retrospectivament, quines reaccions vas tenir en aquesta part de la pel·lícula?
- Quan escoltaves el discurs de Chamberlain, pensaves que era propagandístic o informatiu?

Font: Merton i Kendall. A: Flick (2007, pàg. 90).

b) **L'entrevista semiestandarditzada.** És una proposta de Scheele i Groeben. Pretén conèixer el substrat de les respostes de l'entrevistat amb relació als coneixements previs i les emocions que té. Ho anomenen *reconstrucció de les teories subjectives* de l'entrevistat sobre el problema que s'investiga. Scheele i Groeben consideren necessari establir preguntes que descobreixin aquest substrat.

c) **L'entrevista centrada en el problema.** Es tracta d'un treball de Witzel utilitzat especialment en psicologia. Té tres criteris:

- Se centra en un problema social específic.
- El mètode es modifica d'acord amb aquest objecte d'estudi.
- El procés s'orienta a comprendre'l.

d) **L'entrevista a experts.** Aquest tipus d'entrevista semiestructurada se centra en una persona que pot aportar els coneixements especialitzats que té sobre un tema. No se centra en la persona, sinó en la seva qualitat d'especialista i, per tant, recull informació sobre l'objecte d'estudi en qüestió. En la recerca no es tracta com un individu més, sinó com a representant d'un col·lectiu. Flick aconsella centrar les preguntes de la millor manera possible per a no perdre temps i aprofitar al màxim l'expert.

e) **L'entrevista etnogràfica.** Comença com una conversa en la qual l'entrevistador introdueix un tema que, a poc a poc, revela les respostes que es requereixen. Implica certes formalitats, entre les quals, una petició institucional, la descripció del projecte, l'establiment de preguntes descriptives i de contrast.

6.2.3. L'entrevista en profunditat

Presenta diferències notables respecte a l'anterior. L'entrevista semiestructurada es pot fer en una sola vegada; en canvi, l'entrevista en profunditat requereix diverses trobades amb l'entrevistat. Bogdan i Taylor (2002: 100 i seg.) assenyalen que aquest tipus d'entrevistes segueix el model de conversa entre iguals, cosa que va més enllà d'un intercanvi de preguntes i respostes. També apunten que el paper d'entrevistador implica "no solament obtenir respostes, sinó també aprendre quines preguntes cal fer i com s'han de fer". L'entrevistador ha de començar a conèixer l'entrevistat, saber els punts de vista que té, intentar esbrinar les seves emocions per després enfocar tot aquest material cap a la matèria d'interès de la recerca.

A més, indiquen els autors, l'entrevista en profunditat té molt en comú amb l'observació participant. Per exemple, assenyalen que es podria emprar el mateix temps a entrevistar vint persones que a observar-les. Bàsicament, les dues tècniques es diferencien en els escenaris. Així, l'observació participant es duu a terme en l'escenari "natural" on es desenvolupa la situació que s'estudia; per

exemple, una exposició. En canvi, l'entrevista requereix una preparació i posada en escena de certs elements: el lloc on es duu a terme, la manera com es col·loquen les cadires, els objectes que hi ha al voltant, etc.

Aquest tipus d'entrevista és usada per l'antropologia, la sociologia i la recerca clínica, principalment. Taylor i Bogdan distingeixen tres tipus d'entrevistes en profunditat:

1) **Entrevista narrativa o de la història de vida.** Es desenvolupa com la recerca de la biografia narrada en primera persona. Aquest tipus d'entrevista és la base del treball de molts científics socials. Per exemple, va ser especialment utilitzada per l'Escola de Chicago.

Vegeu també

Apartat 2 "Deu punts importants en la recerca qualitativa".

2) **Entrevistes dirigides a l'aprenentatge de fets.** L'entrevistat no solament respon sobre la seva experiència, sinó que també transmet la percepció que té del sentir d'altres persones que van viure l'esdeveniment o l'activitat igual que ell.

3) **Entrevista destinada a conèixer escenaris i situacions diferents.** Requereix la participació d'un ampli nombre d'entrevistats.

Les tipologies principals d'entrevistes es veuen més clarament en el resum de Pérez Santos (2000: 96).

Tipologia bàsica d'entrevistes

	Avantatges	Inconvenients	Utilització
Qüestionaris i entrevistes estructurades	Recollida d'una gran quantitat d'informació de manera estandaritzada Cost baix i recollida de dades fàcil i ràpida	Complexitat de construcció del qüestionari Maneig de grans mostres	Estudis quantitius Estudis sociodemogràfics Avaluació prèvia Avaluació sumativa
Entrevistes semiestructurades	Permeten una elaboració de resposta més gran a l'entrevistat No exigeixen el coneixement exacte del camp, els objectius, etc.	Alt cost en temps i diners Complexitat en l'administració Complexitat de l'anàlisi de dades	Estudis quantitius Estudis qualitius Avaluació formativa Estudis exploratoris inicials per a crear qüestionaris
Entrevistes en profunditat	Possibilitat d'expressar-se més per part de l'entrevistat Permeten acostaments a persones significatives Informació qualitativa	Cost alt de temps i diners Mostres petites no representatives Requereixen formació especialitzada dels entrevistadors Dificultats d'interpretació	Estudis qualitius Primeres fases d'avaluacions prèvies, formatives o sumatives Estudis d'experts

Font: Pérez Santos (2000, pàg. 60)

Berg (2007: 130) recomana seguir els passos següents per a obtenir els millors resultats d'una entrevista:

- 1) **Emprar uns minuts a trencar el gel.** Tenir en compte l'escenari en el qual es duu a terme l'entrevista i, abans d'iniciar-la, fer comentaris que facin sentir còmode l'entrevistat davant l'entrevistador.
- 2) **Recordar l'objectiu.** Cal tenir present que l'entrevista busca informació. Cal portar una còpia del qüestionari que s'ha elaborat prèviament.
- 3) **Actuar amb naturalitat.**
- 4) **Demostrar que s'està atent.** Estar atent a les emocions i les respostes no verbals de l'entrevistat.

Exemple

Si l'entrevistat relata un episodi divertit i somriu, l'entrevistador també somriu, per no donar una imatge de desinterès. En l'enquesta, l'entrevistador ha de mantenir al marge les emocions, cosa que no està renyida amb la simpatia.

- 5) **Tenir en compte l'aparença.** Encara que pugui semblar un detall secundari, és important que l'entrevistador vagi vestit d'una manera adequada. Cal pensar en el lloc on es va i en la persona que s'entrevistarà.
- 6) **Concertar l'entrevista en un lloc còmode.** És un aspecte important, perquè pot ajudar que l'entrevistat se senti confiat i reaccionï amb més naturalitat a les preguntes.
- 7) **Controlar les respostes monosil·làbiques.** L'entrevistador ha de ser conscient que les respostes "sí" i "no" són poc útils per a la recerca. Per això, ha de tenir l'habilitat per a obtenir més informació, contrapreguntant o insistint amb una pregunta del tipus: "Em pot explicar alguna cosa més sobre això?".
- 8) **Ser respectuós.** Assegurar-se que l'entrevistat sent que forma part de la recerca i que és un element important per a aquesta.
- 9) **Ser cordial.** L'entrevistador ha de tenir present el seu rol com a representant d'un equip de recerca. Per tant, ha de ser correcte en el tracte, saludar adequadament i acomiadar-se de la mateixa manera. Això inclou respondre a les preguntes que l'entrevistat pugui fer sobre la recerca, abans o després de la sessió.
- 10) **Practicar.** Malgrat els consells, els manuals i els llibres sencers que tracten de la manera de fer entrevistes, la veritable escola és la pràctica.

Independentment de l'elecció de l'entrevistador, és freqüent que hi hagi alguns problemes i inconvenients en el desenvolupament de l'entrevista, com ara la falta de temps, l'accés difícil a algun entrevistat, etc.

Consulta recomanada

Per saber-ne més, podeu trobar una anàlisi detallada de les diferències, dels avantatges i dels desavantatges de l'aplicació de les classes d'entrevista a U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (pàg. 140-141). Madrid: Ediciones Morata.

6.2.4. L'entrevista de grup (reunions de grup)

Les entrevistes grupals es coneixen també com a *reunions de grup (focus groups)*. És una tècnica que va treballar el sociòleg nord-americà Robert Merton i que s'usa per a valorar l'opinió grupal d'un sector determinat.

És considerada una tècnica eficient de recollida d'informació que s'ha d'aplicar a grups petits. Usualment, es recomana que les entrevistes grupals no passin de deu persones per a evitar la dispersió respecte a l'opinió de l'objecte que interessa investigar.

Per a l'aplicació d'aquesta tècnica cal formar la persona. En l'entrevista, que s'enregistra en algun suport audiovisual, solen participar-hi més de dos investigadors. Un actua com l'entrevistador; s'encarrega de presentar el projecte, de fer una xerrada prèvia i fer sentir relaxats i còmodes els entrevistats. Ha de moderar en tot moment, no solament fer les preguntes, sinó també vetllar perquè la conversa no es transformi en un debat, si hi ha posicions oposades. L'entrevistador o els altres investigadors participants recullen informació escrita en què inclouen anotacions sobre gestos, mirades, etc. que puguin complementar l'anàlisi de l'entrevista.

Les reunions de grup proporcionen una informació rica pel fet de tenir un grup amb característiques similars i en què es produeixen interaccions.

Com totes les tècniques, les reunions de grup tenen avantatges i desavantatges. Berg (2007, pàg. 148) en recull uns quants.

A favor:

- 1) És una tècnica flexible, quant a l'elecció del nombre de participants (que sol ser petit), al cost econòmic i al temps d'aplicació.
- 2) Permet recollir una gran quantitat d'informació en un període de temps curt.
- 3) Pot generar noves visions sobre un problema o un aspecte d'un problema que no s'havia comprès.
- 4) Permet als investigadors comprendre més bé el grup i els individus que en formen part.
- 5) Facilita el fet de reunir informació de població transitòria.
- 6) Permet que hi hagi equilibri en el contacte entre el participant i l'investigador.

Exemple

Una biblioteca vol obrir un nou servei destinat a la tercera edat. Mitjançant la reunió de diversos representants d'aquest grup i usuaris habituals de la biblioteca, els responsables van recaptant informació que els indica, d'una manera més precisa, la necessitat del col·lectiu.

7) L'investigador pot sondejar altres temes d'interès que sorgeixin en el desenvolupament de la reunió de grup.

8) No cal una estratègia complexa per a l'elecció de la mostra.

En contra:

1) La qualitat de les dades recollides depèn, en gran mesura, de l'habilitat de l'investigador que condueix la sessió per a motivar la participació dels entrevistats.

2) Es pot substituir per un altre tipus de tècniques com les entrevistes individualitzades o les enquestes.

3) Generalment l'assistència és voluntària, i, si no es presenta el nombre de persones esperades, la sessió se'n pot veure afectada.

4) Perquè funcioni, es requereix que les reunions no siguin llargues. Les sessions no han d'excedir l'hora. És un factor en contra, si es té en compte que hi han d'intervenir uns vuit convidats més les introduccions i les intervencions del moderador.

5) La durada curta de la reunió de grup limita el nombre de preguntes.

6) Només es poden tenir en compte les opinions grupals. És a dir, un comentari individual i interessant, però que no formi part de l'acord de la resta del grup, no es pot incloure en els resultats.

7) Si el moderador no controla adequadament el grup, els participants que tenen una personalitat forta poden dominar la sessió i impedir que tots els integrants expressin les seves opinions.

8) L'investigador ha de ser acurat sobre l'ús que fa de la informació que s'obté.

Per a intentar minimitzar els efectes negatius en les reunions de grup, Berg aconsella dissenyar una guia que tingui en compte els aspectes següents:

1) La introducció i les activitats introductòries han de ser breus.

2) Cal establir unes regles bàsiques de les intervencions i una guia de l'entrevista. Per exemple, si hi ha una càmera de vídeo, cal informar-ne els assistents.

3) S'ha d'intentar que les preguntes i les respostes siguin curtes, tenint en compte la durada total de la sessió.

4) Hi ha d'haver activitats especials o exercicis adreçats sobretot als nens i nenes; per exemple, animar-los a dibuixar, a fer una cursa o alguna altra activitat curta que pugui introduir el diàleg posterior.

5) Cal establir una guia dels aspectes sensibles que s'han de considerar en la sessió. Tractar temes complexos requereix una gran experiència per part del moderador a fi de no ocasionar cap conflicte en el grup.

Els consells esmentats ajuden que la reunió de grup funcioni de la millor manera possible, ja que és una tècnica que s'enfronta a una sèrie de variables que poden posar nerviós el grup de recerca. Per això, s'han de definir clarament l'objectiu de la recerca, la naturalesa del grup, les qualitats de l'investigador que actuarà com a moderador, les funcions dels altres membres de l'equip investigador que actuaran de suport en la sessió, i, finalment, el mètode d'anàlisi que, en la major part dels casos, és l'anàlisi de contingut.

Per finalitzar la secció sobre les entrevistes, cal recordar que un dels inconvenients més importants d'aquest instrument és la complexitat en l'anàlisi de les dades i el cost d'aplicació, si no ho duu a terme el mateix equip sinó que s'encarrega a alguna empresa especialitzada. Per a Binks i Uzzell (1996), en el moment d'usar les entrevistes, s'ha de saber que consumeixen molt temps, necessiten un entrevistador preparat suficientment i són difícils d'interpretar. Aquests inconvenients s'han de sopesar respecte a la gran informació que proporcionen.

Finalment, cal recordar que la transcripció de les entrevistes és una tasca que s'ha de fer al més aviat possible. L'ideal és que ho dugui a terme la mateixa persona que ha fet l'entrevista. Si s'encarrega la transcripció a algú altre pot ser costós, però també estalviarà molt temps.

6.3. Els estudis de cas

Els estudis de cas procedeixen de l'antropologia; Bronislaw Malinowski n'és el màxim representant. Stake (1994) assenyala que aquesta tècnica és definida no pel mètode sinó pel fet d'escollir casos individuals.

Stake distingeix tres tipus d'estudis de cas, que són els següents:

1) **Intrínsec**. No es tria perquè representa molts altres casos similars, o perquè il·lustra un problema genèric d'algun objecte d'estudi. Es tria perquè a l'investigador li interessa analitzar-ne les particularitats. El valor que té és el cas en si mateix; per això s'anomena *estudi de cas intrínsec*. El propòsit d'aquest estudi tampoc no té a veure amb el fet de construir teories. Per contra, s'utilitza perquè el cas val la pena per les característiques particulars que té.

2) **Instrumental.** Es tria perquè contribueix a aprofundir una teoria o un aspecte que ja té un cert recorregut teòric. En aquesta classificació, el cas adquireix un paper secundari perquè el seu objectiu és ajudar-nos a comprendre un fenomen o situació que ja existeix, que ja ha estat analitzat, però en què es vol incidir o comprendre d'una altra manera.

3) **Col·lectiu.** No s'interessa en un cas en particular, sinó que en tracta un nombre determinat. L'objectiu que té és ajudar-nos a entendre una situació, un sector de la població, etc.

La qualitat d'un cas de ser únic es pot referir a la naturalesa que té; a la història que el caracteritza; a l'entorn físic; al context econòmic, social, polític, estètic o cultural. Hi influeixen altres casos mitjançant els quals es reconeix el cas triat i les persones que ajuden a aprofundir-hi.

Cas col·lectiu

Vegem un exemple de Stake (1994: 243-244) de com es pot seleccionar un cas. Es tracta d'un estudi de cas col·lectiu. L'investigador s'interessa per la interactivitat i l'atractiu de les exposicions en els museus per a nens. Es tenen recursos per a estudiar quatre museus amb la finalitat de dur a terme un estudi col·lectiu de quatre casos. Es trien segons les categories següents:

- a) **Tipus de museus:** art, ciència i història
- b) **Tipus de ciutat:** gran i mitjana
- c) **Tipus de programes:** expositiu i participatiu

Aquestes categories produeixen una matriu de dotze cel·les (tres categories per quatre museus). Es pot iniciar pensant que el millor és triar un museu d'art, un d'història i dos de ciència (perquè en aquests darrers hi ha un nombre més gran d'exposicions interactives). Després es considera que dos museus han d'estar en ciutats grans i dos en ciutats mitjanes. Per cada tipus de programa es trien també dos museus. No obstant això, quan realment es miren els casos existents, la logística, els recursos, la recepció potencial per part de la institució, l'accés a aquests museus, etc., l'investigador probablement triarà els museus que tinguin diversos dels atributs que necessita. Així es tria la mostra: tenint en compte criteris pràctics referits a l'accés, a la logística, etc. i el fet que la institució ofereixi la millor oportunitat per a aprendre sobre les exposicions interactives. Malgrat això, cap selecció no donarà una representació convincent de tots els museus. Però, en aquest cas, el més important és aprendre sobre el tema; la selecció de la mostra no ha de ser la prioritat.

Les preguntes de recerca esdevenen el punt de partida. Els estudis de cas tenen en compte la recollida de dades, l'anàlisi de la informació, el paper que fa l'investigador, la validació dels resultats i l'informe final (Stake, 1994).

7. L'anàlisi dels resultats

Una vegada s'ha dut a terme el treball de camp i s'han recollit les dades, l'investigador s'enfronta al repte de l'anàlisi de la informació. Es tracta d'una feina dispendiosa que, en alguns casos, requereix unes jornades llargues i solitàries. No obstant això, una vegada es produeixen avenços de recerca i s'obtenen els resultats, l'investigador té una gran satisfacció que està aportant coneixement a l'objecte d'estudi investigat.

Miles i Huberman (1994) plantegen una tipologia de les dades a mesura que s'analitzen:

1) **Dada bruta.** És una dada parcial o que no ha estat processada. Es tenen en compte les cintes de vídeo i àudio, les notes de l'investigador, els quaderns de camp i altres materials que continguin la informació.

2) **Codi o categoria.** Es tracta d'unitats en què es converteixen les dades en brut. Inclou una nota analítica en la qual es justifica la conversió a categories.

3) **Suport gràfic.** Les dades també es poden convertir en quadres, taules, gràfics i una sèrie de suport gràfic per a facilitar la lectura i la interpretació de les dades.

Aquests dos autors, Miles i Huberman, assenyalen que l'anàlisi de dades s'ha de fer en tres etapes: reducció de les dades, exposició d'aquestes i conclusions requerides.

Les tècniques d'anàlisi de dades en les metodologies qualitatives són inductives. És a dir, van del particular al general; per això són tan importants mètodes com els estudis de cas. L'anàlisi de les dades qualitatives requereix creativitat, cosa que no està renyida amb el rigor.

Un dels reptes més grans de la recerca qualitativa és organitzar i emmagatzemar la informació, per a poder ser eficients a l'hora d'analitzar-la.

La cerca de mètodes per a analitzar les dades és àmplia. De fet, Renata Tesch (1990) va identificar-ne vint-i-sis, "la qual cosa pot semblar descoratjadora", si bé recalca que no cal conèixer-los tots. Tesch insisteix en el fet que la diversitat de tècniques de les quals es val la recerca qualitativa permet, igualment, un nombre similar d'anàlisis de la informació recollida.

Encara que no hi aprofundirem, en línies generals, els mètodes més comuns per a l'anàlisi de la informació qualitativa són els següents:

1) **Anàlisi de contingut.** Berg (2007) considera l'anàlisi de contingut una de les eines més usuals per a analitzar informació qualitativa. Es duu a terme d'una manera detallada per a examinar els mecanismes de comunicació presents en un text o en una transcripció d'un contingut verbal. Hi ha discrepància sobre si es tracta d'un tema més quantitatiu que no pas qualitatiu.

2) **Anàlisi temàtica.** És una anàlisi que s'aconsegueix classificant la mostra analitzada per temes que sorgeixen dels individus estudiats. És a dir, és un mètode inductiu.

3) **Anàlisi conversacional.** Forma part de l'anàlisi etnometodològic. Es basa en la transcripció detallada de converses generalment enregistrades en vídeo. Els investigadors busquen descobrir les categories mitjançant les quals es produeixen les converses quotidianes (Caballero, 2006, pàg. 98).

4) **Anàlisi del discurs.** Descriu i detalla la forma i les estratègies dels discursos, tant si són escrits com parlats (transcrits a textos). Analitza nivells diversos com el semàntic i el sintàctic, entre d'altres. Es fixa en la relació que tenen les estructures del discurs i el context social, polític i cultural en què es desenvolupa. L'anàlisi crítica del discurs assumeix una posició –com indica el nom– crítica pel que fa a assumptes conflictius de la vida social i política. Tracta el fet de com s'utilitza el llenguatge per a legitimar el racisme, la pobresa, etc. Està vinculat a moviments pacifistes, feministes i d'altres que intervenen en els conflictes socials i els estudien.

5) **Anàlisi documental.** A diferència de l'anàlisi de contingut i del discurs, no busca un rerefons quotidià, social o polític, sinó que permet obtenir informació descriptiva o interpretativa. Per exemple, és útil per a revisar documents oficials d'una institució i mirar l'evolució que té en el temps.

6) **L'ús de l'ordinador.** Des de l'inici dels noranta del segle passat, les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) irrompen també en el món de la recerca qualitativa. Al començament, es van anomenar *programes multipropòsit*, que consistien en processadors de textos i bases de dades.

Flick (2007) assenyala que la presència dels ordinadors, avui dia, ocupa una gran part del procés de recerca i es pot usar per a:

- Prendre notes en el camp.
- Transcriure les notes de camp i processar-les (editar-les, corregir-les, ampliar-les).
- Codificar i incloure etiquetes, paraules clau i notes als textos.
- Crear bases de dades per tenir els textos organitzats.
- Enllaçar dades.
- Altres operacions relacionades amb la redacció de l'informe.

Amb el temps, apareixen els programes que ajuden a sistematitzar l'anàlisi de les dades. Aquests programes es coneixen com a *programes d'anàlisi qualitativa de dades* (AQD) (en anglès, *qualitative data analysis-QDA*), o els *programes d'anàlisi qualitativa de dades assistida per ordinador* (PAQDAO) (en anglès, *computer-aided qualitative data analysis software-CAQDAS*).

Com recorda Chernobilsky (2006, pàg. 240), els ordinadors havien servit per a facilitar la vida dels investigadors quantitius, com una eina per al càlcul estadístic. La investigadora assenyala que, al principi, aquest tipus de programari no era acceptat íntegrament, ja que alguns estudiosos consideraven que el programa podia guiar la recerca. D'altres el rebutjaven perquè consideraven que allunyava l'investigador de les dades i el portava a l'anàlisi quantitativa d'informació qualitativa. En tot cas, el programari no reemplaça l'investigador, només li facilita la feina.

Les PAQDAO (o CAQDAS, en anglès) poden identificar semblances, diferències i relacions entre textos; com resumeix Chernobilsky, aquests programes serveixen per a:

- Integrar les dades.
- Buscar textos.
- Codificar.
- Recuperar segments.
- Consultar la base de dades.
- Facilitar l'escriptura dels informes.

Alguns dels programes que es poden utilitzar són els següents:

1) **Anàlisi de textos.** Serveixen per a analitzar entrevistes (en profunditat, semiestructurades i d'experts), de preguntes obertes, d'observacions, de reunions de grup, debats, discursos, documents i estudis sobre el terreny, per exemple, protocols d'observació. Alguns dels programes són: WSR N6, MAXqda, Nvivo, QDA Miner.

2) **Arxius multimedials.** Serveixen per a analitzar textos, gràfics, arxius d'àudio i vídeo. Els més usuals són ATLAS.ti, Nvivo, HyperRESEARCH, QUALRUS, TRANSANA 2.

Malgrat els avantatges que representa la irrupció dels programes en l'anàlisi de les dades qualitatives, cal recordar que la màquina mai no reemplaçarà el criteri i la tasca de l'investigador. Això sí, li faciliten la feina i serveixen per a estalviar un temps que es pot emprar en altres feines. Per exemple, l'anàlisi de resultats.

Una vegada acabada l'anàlisi de les dades, es duen a terme la reflexió final i la redacció de l'informe de la recerca, l'estructura de la qual ha de concordar amb el desenvolupament que ha tingut. Malgrat l'existència de diversos models, l'ideal és que cada investigador adapti uns certs formalismes al seu treball.

8. Fonamentar la recerca qualitativa

Una de les discussions teòriques es refereix a "com" avaluar una recerca basada en mètodes qualitativs. Encara que no s'ha arribat a cap acord sobre aquest tema, sí que hi ha tendències i perspectives que contribueixen a analitzar la validesa d'una recerca. Flick (2007) assenyala les següents:

1) Plausibilització selectiva. Té a veure amb la credibilitat de la recerca. Alguns crítics diuen que no n'hi ha prou d'indicar les citacions d'entrevistes i observacions com a font de documentació. Tampoc no deixa clara la manera com se seleccionen els resultats a l'hora de preparar una publicació en la qual es mostra el que l'investigador "creu" que és el més il·lustratiu, el més representatiu. Flick assenyala que aquesta elecció no aclareix la manera com maneja la mostra l'investigador i les raons per les quals ha seleccionat el que presenta. En aquest cas, aconsella fonamentar adequadament el mètode d'anàlisi. En el tema de la fiabilitat, l'autor apunta que cal explicar l'origen de les dades perquè el lector pugui tenir clar què és el que diu el subjecte estudiat, i en quin punt comença la interpretació de l'investigador. Un altre aspecte que s'ha de tenir en compte és la formació dels entrevistadors i dels observadors perquè prenguin les dades d'una manera adequada. Finalment, recomana documentar, de la manera més adient, les dades i utilitzar mètodes diferents. Per contra, **la fiabilitat no pot consistir en la repetició de dades**, cosa que pot tenir un efecte contrari i portar a desconfiar de les dades.

2) La validesa. Kirk i Miller (1986) asseguren que no tot experiment pot ser controlat íntegrament. Efectivament, hi ha un gran nombre de variables que poden interferir en la presa de dades i en l'anàlisi d'aquestes. En el cas de la recerca qualitativa, insisteixen, el problema de la validesa "és una qüestió de si l'investigador veu el que pensa que veu", o com diu el mateix Flick, és una qüestió d'un problema d'"especificar el vincle entre les relacions que s'estudien i la versió que en proporciona l'investigador". La validesa també inclou el mètode i la manera com s'aplica especialment en les entrevistes i l'observació participant.

Per a Altheide i Johnson (1988, pàg. 291-292), la validesa en el procés de recerca té les relacions següents:

- a) La relació entre el que s'observa i els contextos dins dels quals es fa l'observació.
- b) La relació entre l'observador, l'observat i l'entorn.

c) La relació entre el punt de vista de l'investigador i la interpretació de les dades.

d) La relació amb l'audiència, és a dir, amb el lector dels resultats.

e) La retòrica utilitzada en la descripció del problema i en la interpretació de les dades.

Per a Flick, els criteris de fiabilitat i validesa comencen a ser replantejats i molts investigadors es decanten per tenir en compte altres criteris com la triangulació i la inducció analítica.

3) La triangulació. Els mètodes qualitius són variats; molts investigadors n'utilitzen només un amb el qual pensen que obtenen més informació, o van perfeccionant la tècnica a mesura que passa el temps. No obstant això, per a un gran nombre d'investigadors socials, el plantejament de les seves recerques requereix que es combinin mirades diferents. Per a això, s'usa la **triangulació**.

La triangulació és la manera de tractar un objecte d'estudi per mitjà de tres mètodes, amb els quals s'obtenen tres perspectives diferents però complementàries sobre una mateixa problemàtica. No solament s'utilitza per a combinar els mètodes quantitius i qualitius, sinó també els qualitius entre si.

Berg (2007) explica que, en la triangulació, utilitzada també en la navegació i en les pràctiques militars, usualment s'encreuen tres punts; tant des de l'aspecte metodològic com des de la intersecció teòrica d'un objecte d'estudi. És un concepte desenvolupat per Norman Denzin en la dècada dels setanta. Aquest autor distingeix quatre tipus de triangulació o el que va anomenar *línies d'acció*:

a) Triangulació de dades. Està relacionat amb les diverses fonts a l'hora d'obtenir dades. En aquest punt, Denzin diferencia entre l'obtenció d'informació entre el temps, l'espai i les persones, i suggereix estudiar l'objecte a partir de subjectes diversos, en llocs i en dates diferents.

b) Triangulació de l'investigador. Consisteix a fer una anàlisi i una interpretació de les dades recollides per l'estudi per part de diversos investigadors. D'aquesta manera es comprova si tots els investigadors han arribat a les mateixes conclusions i s'eviten possibles biaixos propiciats pel gènere, la raça o la cultura (Decrop, 1999).

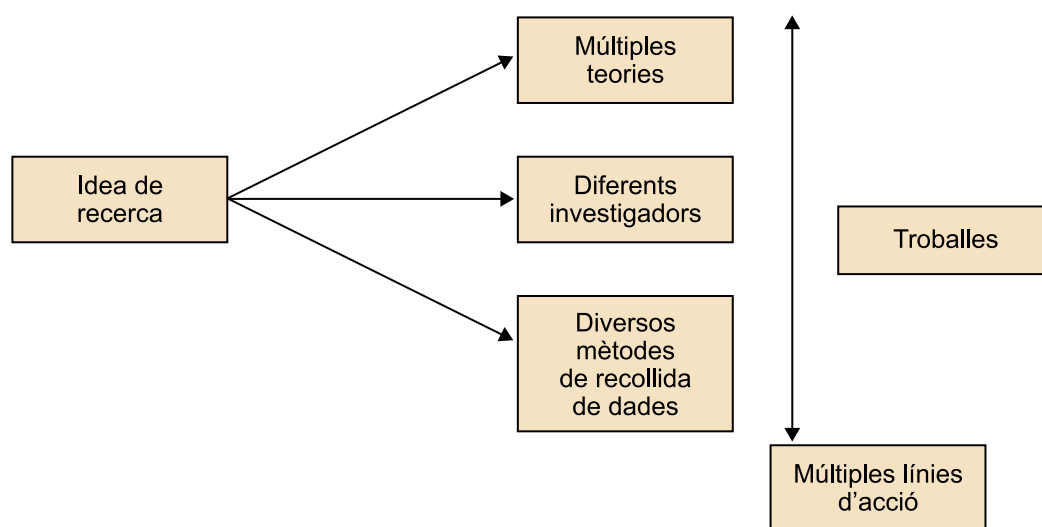
c) Triangulació de la teoria. Implica l'ús de múltiples òptiques teòriques per interpretar un conjunt de dades, les quals poden procedir de disciplines diferents (Decrop, 1999). Per exemple, analitzar el comportament d'un turista des

del punt de vista de l'antropologia, la sociologia, la psicologia, el màrqueting, etc. Per Denzin, el fet d'encreuar diferents teories és una oportunitat per a entendre i ampliar el coneixement.

d) Triangulació metodològica. Es distingeixen dos tipus de triangulacions per mètode: la primera es fa dins del mètode; per exemple, l'ús de diferents escales per a mesurar un aspecte en un qüestionari. La segona triangulació es fa entre mètodes diferents i implica la combinació d'estratègies; per exemple, combinar una enquesta amb una entrevista semiestructurada.

Gràficament, el mètode de la triangulació s'expressa de la manera següent:

Múltiples línies d'acció en la triangulació



Font: Berg (2007, pàg. 6)

El concepte de triangulació ha estat desenvolupat posteriorment per diferents autors, entre els quals Flick, que suggereix tenir en compte les preguntes següents abans de decidir quin camí cal prendre:

- Requereix diferents aproximacions metodològiques el meu objecte d'estudi?
- Abasta diferents nivells de l'objecte d'estudi la meua pregunta de recerca?
- Necessita diferents perspectives teòriques l'objecte d'estudi en qüestió?
- Necessito tenir diferents nivells d'informació per a comprendre el meu objecte d'estudi?
- Permeten la triangulació el calendari i els recursos que tinc?
- Estan d'acord a participar en diferents mètodes (una enquesta, una entrevista, una observació...) els subjectes de la recerca?

Els seguidors de la proposta de Denzin (Berg, Goetz i Lecompte, Borman, Frankfort-Nachmias, entre d'altres) insisteixen en la necessitat d'utilitzar dos o més mètodes de recollida de dades per a validar els resultats. El temps i els cos-

tos que implica fer una recerca d'aquest tipus fan que, en el disseny d'aquesta, es consideri la triangulació. És millor preveure-la, abans d'iniciar el treball, que fer-ho sobre la marxa.

4) La inducció analítica. Plantejada per Bühler-Niederberger, és el fet d'analitzar l'excepció en la comprovació d'una hipòtesi; és a dir, estudiar el que és diferent del que s'ha trobat.

5) Altres criteris. L'avaluació de la recerca qualitativa des dels anys vuitanta es fixa també en la confiabilitat, la credibilitat i l'auditabilitat. Es tracta de conceptes treballats per Lincoln i Guba (1985), que proposen dur a terme activitats que afavoreixin la generació de dades creïbles, per mitjà de l'observació, del compromís de l'investigador, i de l'elaboració d'un procés de triangulació. Els autors també recomanen l'ús de la inducció analítica. En la línia de la confiabilitat i la seguretat, ressalten la necessitat de fer una auditoria igual a la que es fa en el terreny econòmic, a fi de garantir l'execució dels mètodes proposats.

Bibliografia

- Adler, P. A.; Adler, P.** (1994). "Observational techniques". A: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (pàg. 377-392). Thousands Oaks: Sage.
- Altheide, D. L.; Johnson, H. M.** (1998). "Criteria for assessing interpretative validity in qualitative research". A: U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Asensio, M.; Pol, E.** (1998). "Comprendiendo los contenidos de los museos". *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia* (núm. 15, pàg. 15-30).
- Belvedere, R.** (2002). "Prólogo: filosofía y ciencias sociales". A: F. L. Schuster (comp.). *Filosofía y métodos de las ciencias sociales*. Bs. As.: Manantial.
- Berg, B.** (2007). *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston: Pearson International Edition.
- Binks, G.; Uzzell, D.** (1996). "Monitoring and evaluation: the techniques". A: G. Durbin (ed.). *Developing museum exhibitions for lifelong learning*. Londres: Group for Education in Museums. The Stationery Office.
- Bitgood, S.** (2002). "Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers". A: R. Bechtel; A. Churchman (eds.). *Handbook of environmental psychology* (pàg. 461-480). Nova York: Willey.
- Bitgood, S.** (1992). "Visitor orientation and circulation: some general principles". *Visitor Behavior* (vol. 3, núm. 8, pàg. 15-16).
- Bloom, B. S.** (ed.) (1971/1972). *Taxonomy of educational objectives*. Llibre 1: *Cognitive domain and Book 2: Affective domain*. Nova York: David MacKay.
- Buela-Casal, G.; Sierra, J. C.** (1997). *Manual de evaluación psicológica. Fundamentos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Siglo XXI.
- Caballero, J.** (2006). "Etnometodología. Una explicación de la construcción social de la realidad". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)* (núm. 56, pàg. 83-144). [Data de consulta: 22 de gener de 2010]. <http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_056_06.pdf>
- Corbin, J.; Strauss, A.** (2008). *Basics of qualitative research*. Los Angeles / Londres / Nova Delhi / Singapur: Sage.
- Decrop, A.** (1999). "Triangulation in qualitative tourism research". *Tourism Management* (vol. 20, núm. 1, pàg. 157-161).
- Denzin, N.; Lincoln, Y.** (eds.) (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.
- Denzin, N.; Lincoln, Y.** (eds.) (2003). *Collecting and interpreting qualitative materials* (2a ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Flick, U.** (2002). "Qualitative research. State of the art". *Social Sciences Information* (vol. 1, núm. 41, pàg. 5-24).
- Flick, U.** (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Fontana, A.; Frey, J.** (1994). "Interviewing. The art of science". A: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (pàg. 361-376). Thousands Oaks: Sage.
- Frankfort-Nachmias, Ch.; Nachmias, D.** (2000). *Research methods in the social sciences* (6a. ed.). Nova York: Worth Publishers.
- Goetz, J. P.; LeCompte, M. D.** (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Morata.
- Guba, E.; Lincoln, Y.** (1994). "Competing paradigms in qualitative research". A: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.
- Janesick, V.** (1994). "The dance of qualitative research design. Metaphor, methodolatry, and meaning". A: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research*. Thousands Oaks: Sage.

- Kirk, J.; Miller, M. L.** (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. Beverly Hills: Sage.
- Lincoln, Y. S.; Guba, E. G.** (1985). *Naturalistic inquiry*. A: U. Flick (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Maxwell, J.** (1996). *Qualitative research design. An interactive approach*. Londres: Sage.
- Maxwell, J.; Mohr, L. B.** (1999). "Quantitative and qualitative: A conceptual analysis". Article presentat en la trobada anual de l'American Evaluation Association, Orlando, Florida.
- J. Maxwell; D. Loomis. "Mixed methods design". A: A. Tashakkori; Ch. Teddlie (eds.) (2003). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research* (pàg. 241-271). Thousand Oaks / Londres / Nova Delhi: Sage.
- Maxwell, J.; Loomis, D.** (2003). "Mixed methods design". A: A. Tashakkori; Ch. Teddlie (eds.). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research* (pàg. 241-271). Thousand Oaks / Londres / Nova Delhi: Sage.
- McClafferty, T.; Rennie, L.; Groves, I.** (1996). "Easy to use instruments for formative evaluation". A: *Evaluation and visitor research in museums special interest group, meeting*. Museums Australia Conference. Sydney, Nova Gal·les.
- Mejía, J.** (2000). "El muestreo en la investigación cualitativa". *Investigaciones Sociales* (vol. 4, núm. 5, pàg. 165-180).
- Mendizábal, N.** (2006). "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa". A: I. Vasilachis (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Miles, M. B.; Huberman, A. M.** (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Morse, J.; Field, P. A.** (1995). *Qualitative research methods for health professionals* (2a. ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Pérez Santos, E.** (2000). *Estudios de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. Gijón: Ediciones Trea.
- Pons, I.** (1993). *Programación de la investigación social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) ("Cuadernos Metodológicos").
- Prats, C.** (1988). "Avaluació d'una visita al museu de zoologia: diferències entre nois i noies respecte a cinc aspectes formatius". A: *La investigació de l'educador de museus. Conferència ICOM/CECA, 1985* (pàg. 210-221). Barcelona: Ajuntament de Barcelona ("Estudis i Recerques. Sèrie Investigació Museística", núm. 2).
- Silverman, D.** (ed.) (2006). *Qualitative research. Theory, method and practice*. Londres / Thousand Oaks / Nova Delhi: Sage.
- Silverman, D.** (1994). *Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction*. Londres / Thousand Oaks / Nova Delhi: Sage.
- Stake, R.** (1994). "Case studies". A: N. Denzin; Y. Lincoln (eds.). *Handbook of qualitative research* (pàg. 236-247). Thousand Oaks: Sage.
- Tashakkori, A.; Teddlie, Ch.** (eds.) (2003). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Thousand Oaks / Londres / Nova Delhi: Sage.
- Taylor, S. J.; Bogdan, R.** (2002). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Teddlie, Ch.; Tashakkori, A.** (2009). *Foundations of mixed methods research. Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Thousand Oaks / Londres / Nova Delhi / Singapur: Sage.
- Tesch, R.** (1990). *Qualitative research: analysis types and software tools*. Londres: Falmer.
- Vasilachis, I.** (coord.) (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Vasilachis, I.** (2006). "La investigación cualitativa". A: I. Vasilachis (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa* (pàg. 23-64). Barcelona: Gedisa.
- Veal, A. J.** (2017). *Research methods for leisure and tourism*. Pearson, UK: Prentice Hall.

Von Wright, G. H. (1987). *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza.

Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish*. Nova York: Guilford Publications.

