

El qüestionari i l'entrevista

Julio Meneses
David Rodríguez

PID_00174020



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

1. Qüestionari	5
1.1. Introducció	5
1.1.1. Antecedents històrics	5
1.1.2. La metodologia d'enquestes en el context dels mètodes d'investigació	7
1.2. El qüestionari com a tècnica d'investigació quantitativa	8
1.2.1. Qüestionaris, enquestes i tests	9
1.2.2. Què mesurem amb qüestionaris?	11
1.2.3. Com mesurem amb qüestionaris?	12
1.2.4. Per a què mesurem amb qüestionaris?	14
1.2.5. L'administració electrònica de qüestionaris	16
1.3. Disseny i administració de qüestionaris	18
1.3.1. Definició d'objectius i revisió de la literatura	19
1.3.2. Disseny de la mostra	20
1.3.3. Redacció dels ítems	21
1.3.4. Confecció del qüestionari	27
1.3.5. Pilot i refinament	27
1.3.6. Administració i primer informe	28
1.4. Algunes consideracions (ètiques) finals	29
2. L'entrevista	31
2.1. Introducció	31
2.2. L'entrevista com a tècnica d'investigació qualitativa	32
2.2.1. Definició i usos de l'entrevista	33
2.2.2. Comparació amb altres tècniques d'investigació	39
2.3. El disseny i desenvolupament d'una entrevista	40
2.3.1. El guió de l'entrevista	41
2.3.2. El mostreig en l'entrevista	45
2.3.3. La conducció de l'entrevista	46
2.4. Aspectes ètics que cal considerar	49
Bibliografia	51

1. Qüestionari

1.1. Introducció

En aquest text tractarem d'apropar-nos als trets principals del qüestionari com a instrument per a la recollida de dades a les investigacions socials. Així, començarem per plantejar-nos alguns elements bàsics relatius al seu origen, la seva funció en el marc de les diferents tècniques disponibles i, finalment, com s'insereix en el procés de disseny d'una investigació empírica amb dades quantitatives. A continuació, recorrerem les principals fases en el seu disseny, i concretarem les decisions que l'investigador ha d'anar prenent en el context de la seva investigació. Ens mourem, per tant, des dels aspectes més generals i abstractes fins a les qüestions més específiques implicades en el disseny i l'administració de qüestionaris, i atacarem alguns conceptes i idees importants.

Tot i que es planteja com una introducció a la qüestió, us advertim que la necessitat de refrescar algunes nocions sobre teoria de la mesura, probabilitat, estadística bàsica i psicometria, així com de la importància de treballar, almenys, les lectures complementàries recomanades. Entre d'altres, els treballs de Fowler (2009), Díaz i Núñez (2008), Díaz (2005), Czaja i Blair (2005), Groves i altres (2004), de Vaus (2002) o Azofra (1999), resulten imprescindibles per a un desenvolupament adequat –i progressiu– de les competències necessàries per al disseny i administració correctes de qüestionaris que aquí comencem a introduir. El lector interessat trobarà també algunes referències en moments puntuals per a estendre algunes qüestions, i aprofundir-hi, que difícilment, i per la seva complexitat, poden ser explicades en detall en aquesta introducció.

1.1.1. Antecedents històrics

Gràcies als darrers desenvolupaments metodològics i, especialment, en el tractament estadístic de les dades, la metodologia d'enquestes ha esdevingut una de les alternatives emprades més freqüentment a les darreres dècades d'investigació social. Un instrument –aparentment– senzill de construir, basat en l'autoinforme com a mètode per a la recollida d'informació i, en conseqüència, amb estalvis importants en el temps de desenvolupament del treball de camp, que ha comportat una autèntica eclosió d'aquest tipus de treballs en la investigació social moderna. Fins a tal punt que han acabat per transcendir el mateix camp de la recerca per a formar part, de manera més o menys encertada, de la nostra vida quotidiana.

Malgrat aquesta importància relativament recent en la investigació empírica, els qüestionaris tenen a la vegada una llarga ombra a la història de la recollida i el tractament de les dades de les primeres societats humanes. Un antecedent remot, potser dels més antics de què tenim constància, va ser l'establiment dels **censos poblacionals** a l'antic Egipte. Des de llavors, i a mesura que les societats es van anar desenvolupant, l'interès per conèixer les poblacions que s'estaven administrant va ser un objectiu dels administradors dels grans imperis Babilònic, Persa, Xinès i Grec, i es van arribar a consolidar, durant l'Imperi Romà com a eina fonamental per al control de les persones, les seves pertinençies i els seus deures tributaris.

El cens

La paraula *cens* prové del verb llatí *censere*, que vol dir 'jutjar', 'estimar', 'contar'... En una referència cultural clàssica, aquest és el mateix cens que, segons la història de la nativitat, va obligar Josep i Maria a traslladar-se a Betlem sota les ordres de Juli Cèsar, qui va requerir a tots els habitants de l'imperi que tornessin al seu poble d'origen per a ser (re)comptats.

Així, i de fet fins a l'actualitat, molts i molt diversos tipus de censos s'han portat a terme. I no només sobre persones, sinó també sobre terrenys o animals, fins al punt que, juntament amb el desenvolupament dels estats moderns, es van anar constituint els primers corpus de dades poblacionals. Neix, a mitjan segle XVIII, un antecedent més recent en aquest context com és l'**estadística**, terme originalment emprat per a referir-se a la necessitat dels governants de produir i recol·lectar aquestes dades sobre l'estat. Progressivament, i a mesura que es popularitzava el terme fora de l'àmbit de la governança, el seu significat es va veure ampliat, per a convertir-se durant el segle XIX, en el que avui dia coneixem. És a dir, la disciplina matemàtica encarregada de recollir, presentar, analitzar i interpretar dades en el context de la recerca.

D'altra banda, juntament amb la importància de la mesura per a prendre decisions, l'error que produïm durant aquest procés ens mostra un altre important antecedent recent de la metodologia d'enquestes. Desenvolupada a partir de l'interès pels jocs d'atzar durant el segle XVII, l'anàlisi de les propietats dels fenòmens aleatoris (per exemple, el llançament d'una moneda o un dau) va constituir la base per al naixement, a principis del segle XX, de la moderna **teoria de la probabilitat**. A les seves arrels, els primers desenvolupaments a la teoria sobre l'error, i és gràcies a la introducció de conceptes com el *marc mostral*, la *lleï dels grans nombres* o el *teorema central del límit*, que es posen les bases per a les dues grans estratègies de l'estadística inferencial habituals amb les dades generades amb qüestionaris: l'estimació de paràmetres poblacionals i el contrast d'hipòtesis.

Sondejos imprecisos

Les eleccions presidencials nord-americanes de 1948 van ser clau en aquest desenvolupament, fins al punt que van estar a punt de fer desaparèixer els sondejos del panorama polític. Després d'una aposta clara dels diaris de gran tirada pel candidat republicà Thomas E. Dewey, aquest va ser derrotat àmpliament pel demòcrata Harry S. Truman, qui es va proclamar president contra tot pronòstic. L'error, com després es va demostrar, estava precisament lligat al mateix pronòstic, que partia d'una administració fonamentalment

telefònica que va esbiaixar els resultats en un moment històric en què el telèfon no estava a l'abast de tota la població dels Estats Units.

Finalment, amb relació a antecedents més recents, convé assenyalar també la importància que va tenir el desenvolupament dels primers estudis de màrqueting i d'intenció de vot a l'altra banda de l'Atlàntic. Així, més enllà de l'interès per les dades poblacionals, el desenvolupament en aquests contextos va contribuir a la generació d'una sensibilitat especial pel paper de l'individu com a informant clau en el procés de recollida d'informació, amb implicacions polítiques i econòmiques de primera magnitud. Ja fos per a conèixer els hàbits o interessos de cara al consum de les persones, o bé per a conèixer-ne la intenció de vot per a intentar pronosticar el resultat d'unes eleccions, el cert és que aquests estudis pioners van començar a treballar, des del punt de vista pràctic, amb elements crítics plantejats anteriorment des de la teoria de la probabilitat com la selecció dels individus i la composició de mostres representatives. Neix, en aquest context, el camp de treball de la metodologia d'enquestes, llargament desenvolupat a partir d'aquest moment a la ciència social amb caràcter empíric i quantitatiu.

1.1.2. La metodologia d'enquestes en el context dels mètodes d'investigació

Més enllà de l'exercici històric, aquesta petita introducció per la via dels antecedents o fonts, remots i més recents, ens permet anar introduint els principals elements que han anat conformant el qüestionari, ja sigui com a mètode d'investigació o com a tècnica específica. Més endavant ens referirem amb detall a la precisió terminològica que aquest terme requereix, però de manera sintètica podríem dir que el qüestionari ocupa aquest espai en el context de la investigació social per a atendre a tres requeriments principals:

- necessitat de produir i recollir dades estructurades per a prendre decisions,
- gràcies a la col·laboració de les pròpies persones com a autoinformadors,
- amb una precisió (o un error) coneguda per a les afirmacions obtingudes.

Aquests tres elements ens mostren els trets característics que a continuació desenvoluparem. Es tracta d'un instrument estandarditzat que permet la recollida eficient de dades, moltes vegades a gran escala, per a extreure informació rellevant sobre una mostra o la població que aquesta mostra representa.

Com és obvi, l'investigador no sempre pot accedir al seu objecte d'anàlisi, bé perquè no es pot desplaçar per a observar, quantificar i registrar els fenòmens del seu interès, o bé perquè, a vegades, fins i tot alguns d'aquests fenòmens resulten impossibles de ser tractats externament (per exemple, molts dels constructes que interessen a la psicologia: la intel·ligència, la personalitat, les creences, etc.). En aquest sentit, el qüestionari s'emmarcaria dins de les tècniques orientades a la sistematització de l'autoinforme dels participants, ja que tracta

d'estandarditzar tant les preguntes com les respostes sota el supòsit que la variabilitat observada a les dades serà producte, en la major part possible, bé de les variacions reals entre els individus o bé d'un mateix subjecte en moments diferents.

Aquestes qüestions, de les quals més endavant tornarem a tractar, tenen a veure amb l'interès especial de l'investigador per la fiabilitat i la validesa de les seves mesures, pedres angulars, juntament amb un mostreig adequat, en el disseny i administració de qüestionaris. A més, introdueixen tot un conjunt d'elements nous que cal tenir presents en la construcció de l'instrument propi i durant el treball de camp, en què l'autoinforme ha de ser tractat amb el rigor necessari perquè resulti, en la seva agregació, profitós per a una recerca basada en dades quantitatives. Algunes precaucions aniran emergint durant el text, i acabaran de concretar l'exercici d'aprenentatge sobre el disseny de qüestionaris.

Dit això, hem de tenir present que l'avaluació estandarditzada proposada amb un qüestionari no està exempta de limitacions, com no ho està pas qualsevol altra metodologia de recerca, de manera que resulta imprescindible que l'investigador conegui les seves possibilitats i limitacions per tal de poder prendre la millor decisió. Així, per exemple, el qüestionari està basat en el supòsit de l'interès per la resposta –i la reflexió– individual, en què és l'agregació de respostes discretes i individuals el que caracteritza el coneixement de l'objecte d'estudi. Lluny queden, doncs, els elements relatius a la complexitat discursiva, especialment, en els processos d'emergència de significats, que en canvi són propis d'altres tècniques de caire qualitatiu com són l'entrevista, el grup de discussió o l'observació directa dels comportaments.

1.2. El qüestionari com a tècnica d'investigació quantitativa

El coneixement de les diferents tècniques d'investigació permet a l'investigador l'elecció correcta del mitjà més adequat per a portar a terme el seu treball de camp, en el contacte amb la realitat que és objecte de la seva investigació. Per aquesta raó, per a conèixer els principals elements constitutius de la filosofia subjacent a la construcció de qüestionaris, començarem per tractar de formular una definició més o menys canònica d'aquests instruments, que enfrontarem a altres termes freqüentment emprats, tot i que no sempre de manera correcta.

A continuació, ens plantejarem algunes qüestions importants abans de construir-ne un: amb qüestionaris, què es pot mesurar, com i per a què? Finalment, presentarem els trets distintius de l'administració electrònica de qüestionaris, com una de les formes d'administració a distància més populars en l'actualitat. Però comencem pel principi, què és exactament un *qüestionari*?

1.2.1. Qüestionaris, enquestes i tests

Un *qüestionari* és, per definició, l'instrument estandarditzat que fem per a la recollida de dades durant el treball de camp d'algunes investigacions quantitatives, fonamentalment, les que es porten a terme amb metodologies d'enquestes. En poques paraules, es podria dir que és l'eina que permet al científic social plantejar un conjunt de preguntes per a recollir informació estructurada sobre una mostra de persones, emprant el tractament quantitatiu i agregat de les respostes per a descriure la població a la qual pertanyen o contrastar estadísticament algunes relacions entre variables del seu interès.

Així, si el **qüestionari** és la tècnica o l'instrument emprats, la **metodologia d'enquestes** és el conjunt de passos organitzats per al seu disseny, administració i recollida de les dades obtingudes. La distinció és important, malgrat que no és infreqüent trobar un cert intercanvi entre aquests termes, emprant la paraula *enquesta* per a referir-se també a un qüestionari específic. Més enllà de les precisions terminològiques, el que és realment important és tenir present la diferència fonamental existent entre el mètode d'investigació que ens proveeix del context per a prendre decisions en el disseny de la investigació amb qüestionaris, i l'eina que el científic elabora per a portar a terme la seva recollida de dades durant el treball de camp.

D'altra banda, la confusió no és exclusiva de la nostra llengua i també resulta freqüent trobar en els textos científics anglesos l'ús de la paraula *survey* tant per a designar el procés (*to conduct a survey*) com el mateix objecte que fem per a fer-ho (*to fill a survey*), anomenat també *questionnaire*. Afegint una mica més de complexitat, aquest terme no només pot funcionar com un nom en llengua anglesa, sinó que pot representar, també, el verb per a designar l'acció de portar a terme el mateix procés d'enquesta (*to survey a group of participants*). És important tenir en compte aquest matís, especialment en el moment de consultar l'àmplia bibliografia especialitzada disponible.

Però, a més a més, disposem d'altres termes per a referir-nos a algunes formes específiques que l'organització de preguntes pot adoptar en el context de la construcció de qüestionaris. Així, resulta comú el terme *test* per a referir-se a un conjunt d'ítems que comparteixen enunciat i l'escala de resposta, maximitzant l'estructuració de la informació generalment amb propòsits classificatoris. D'entre aquests, podem destacar les escales i els índexs. Tots dos sistemes d'organització dels ítems permeten la construcció de mesures agregades o composades, que varien segons si el procediment representa la cerca de patrons de resposta (escales) o la suma de les puntuacions directes (índexs). Tornarem més endavant sobre aquesta qüestió, quan ens plantegem com ho hem de fer per a mesurar amb qüestionaris.

En tots els casos, els tests desenvolupats durant les darreres dècades de ciència social són instruments altament estandarditzats, a vegades baremats en recerques prèvies d'acord amb els requeriments psicomètrics a l'ús, que pretenen

establir-se com a eines d'elecció en la mesura d'actituds o l'estudi de processos psicològics. Normalment són precedits d'una teoria força desenvolupada, en què es tracen tots els elements que intervenen per a l'obtenció d'una mesura reproducible i comunicable entre els investigadors d'un mateix àmbit. Un exemple paradigmàtic podria ser el cas de l'avaluació de la personalitat, en què les diverses teories han anat formulant els seus instruments específics.

D'altra banda, i particularment en els contextos d'investigació sociològica o política, l'administració d'un qüestionari pot adoptar el nom de **sondeig**, en què generalment es porta a terme tot el procés establert segons la metodologia d'enquestes, però amb una mostra no representativa de la població. En aquests casos, la cura per a interpretar la informació proporcionada és indispensable, atès que, tot i que es tracta de promoure el coneixement sobre algun tema d'interès (per exemple, els sondejos d'opinió), no ho fan amb totes les garanties que exigeix la investigació científica.

Activitat

Tot i la distinció que fem aquí, els termes *qüestionari*, *test* i *sondeig* no sempre són utilitzats correctament en el llenguatge comú. Per exemple, busqueu-los al *Diccionari de la Llengua Catalana* (<http://dlc.iec.cat/>) i compareu-los amb aquestes definicions de caràcter tècnic.

Així, recapitulant, l'enquesta és el procés en el seu conjunt, des de l'establiment del qüestionari en funció dels objectius d'investigació fins a la codificació de les respostes obtingudes a partir de la mostra, en què el qüestionari és l'eina específicament dissenyada per a l'administració de les preguntes, que pot estar organitzat o no en escales o índexs, que a vegades s'extreuen de la reproducció d'ítems provinents de tests estandarditzats i baremats. És important tenir en compte que, més enllà de les definicions més o menys formals, molts d'aquests termes han acabat formant part del llenguatge popular, la qual cosa produeix no només la confusió entre ells, sinó la simplificació dels seus principals elements definitoris.

D'aquesta manera, un qüestionari no és només un conjunt de preguntes més o menys organitzades per al seu emplenament (com, per exemple, ho és el formulari d'ingrés a una universitat, un test d'una revista de moda o les paperetes d'una votació), sinó que representa un cas particular en què, tenint en compte els requeriments que hem esmentat en el punt anterior, es pretén:

- produir dades quantitatives per al seu tractament i anàlisi estadístics
- preguntant de manera estructurada a un conjunt determinat de persones,
- que representen una població determinada.

En aquest sentit, tot i que alguns dels exemples anteriors podrien acomplir alguns d'aquests requeriments, només el qüestionari és l'instrument que respon necessàriament a tots. Però, una vegada establerta la definició, i ajustada la terminologia, convé completar aquest primer contacte amb les tres pregun-

tes fonamentals que tot investigador haurà de tenir presents en el moment d'optar per la seva utilització: què mesurem, com ho fem i per a què? Comencem per la primera.

1.2.2. Què mesurem amb qüestionaris?

Dissenyar qüestionaris no és una ciència exacta, si més no pel component artesanal que la construcció dels seus elements principals comporta. Si ens fixem en aquests, no resulta difícil observar que mesurar amb qüestionaris té a veure amb la formulació adequada de les preguntes i respostes (o ítems) que els conformen. Més endavant ens endinsarem en algun aspecte importants que cal tenir en compte, però no podem obviar una qüestió prèvia que té molt a veure amb la idoneïtat del qüestionari per a la satisfacció dels objectius de la investigació social.

Així, aquesta tècnica és d'elecció en el desenvolupament de treballs de camp que requereixin la recollida sistemàtica i estructurada d'informació aportada per un nombre substancial d'informadors. En aquest sentit, el qüestionari pot ser considerat una eina d'espectre extensiu –especialment, si la comparem, per exemple, amb una entrevista en profunditat–, malgrat que incorpora un component introspectiu quant a l'exercici que l'informador fa –a diferència, per exemple, d'una observació– per a respondre a les qüestions plantejades. D'aquesta manera, s'ha anat establint com a tècnica recomanable tant en dissenys d'investigació experimental o quasi experimental basats en la comparació de grups, com aquells que cerquen l'estudi de poblacions mitjançant la construcció de mostres estadísticament representatives.

Activitat

Teniu presents les definicions de *validesa interna* i *externa*? Cerqueu-les als manuals a l'ús de disseny d'investigació, i penseu en les seves implicacions amb relació als dos grans objectius que hem apuntat: l'estimació de paràmetres i el contrast d'hipòtesis.

És a dir, en la tensió inherent a qualsevol recerca, tant pot ser utilitzat al servei de la **validesa interna** –per exemple, per a tractar de demostrar l'efectivitat d'un mètode d'ensenyament determinat en el rendiment d'un grup controlat d'estudiants– com de la **validesa externa** –en aquest cas, per exemple, per a tractar de determinar les competències digitals dels estudiants d'un determinat sistema educatiu. A totes dues situacions, i també a totes les que hi tenen cabuda entre elles, els mecanismes de funcionament del qüestionari són similars, però requereixen un plantejament adequat per tal de respondre a les necessitats específiques de l'investigador. Però, més enllà del disseny d'investigació en què s'inscriu, què podem preguntar exactament als nostres informadors mitjançant un qüestionari?

Tot i que respondre a aquesta pregunta pot semblar un exercici d'abstracció, cal tenir present que qualsevol ítem que siguem capaços de construir en un qüestionari pertany necessàriament a dos grans tipus de qüestions principals: les preguntes factuais i les subjectives. D'una banda, les **preguntes factuais** són

aquelles en què demanem a la persona que ens informi sobre esdeveniments, fets i comportament concrets que, en principi, podrien ser contrastats amb una observació independent. L'informador, en aquest cas, ens proporciona una informació que, eventualment, podria arribar a ser comprovada, malgrat que els costos d'aquest contrast puguin ser tan elevats per a desaconsellar-ho. De l'altra, les **preguntes subjectives** serien aquelles a les quals l'exercici reflexiu de la persona ens reporta una informació que no pot ser contrastada de cap altra manera. És el cas de les opinions, les creences, els sentiments i, en general, qualsevol estat subjectiu autoinformat del qual no existeix cap altre mitjà per a accedir-hi que el judici del mateix subjecte.

Tornarem més endavant sobre aquesta qüestió, com diem amb implicacions importants per a l'obtenció de mesures fiables i vàlides sobre l'objecte d'investigació. Però, pel que ens interessa ara, l'objectiu principal de l'investigador és formular aquelles preguntes –siguin factuais o subjectives– que representin millor els seus objectius d'investigació. Ja sigui en l'estimació d'un paràmetre poblacional o en el contrast d'hipòtesis sobre certes relacions entre variables, el repte no només rau a aconseguir la informació que precisa, sinó a proporcionar les millors condicions per a la col·laboració dels participants i minimitzar els biaixos que es puguin produir durant el procés. No oblidem que dissenyar i administrar un qüestionari no és més que estructurar un conjunt d'accions determinat per a obtenir i registrar una informació determinada. No entendre la pregunta, no conèixer-ne la resposta, no voler proporcionar-la o no saber fer-ho adequadament són algunes de les principals amenaces que, amb relació a la qualitat de les dades obtingudes, l'investigador haurà de saber preveure i a les quals haurà de saber enfrontar-se.

Així, mitjançant la formulació de les preguntes adequades, la metodologia d'enquestes ens permet investigar fenòmens com els coneixements, les actituds o els comportaments, en què els participants són els millors informadors, bé perquè siguin observadors directes o bé perquè no hi hagi –o no estigui a la nostra disposició– una observació independent del judici de les persones implicades. Ja sigui mitjançant la creació d'un instrument específic per a l'ocasió, o reutilitzant totalment o parcialment un instrument ja existent, són tants els àmbits i les possibilitats que s'obren per al treball amb qüestionaris que només la creativitat i la perícia de l'investigador poden posar límits en el disseny dels seus instruments.

1.2.3. Com mesurem amb qüestionaris?

Mesurar amb qüestionaris, com ja hem assenyalat, és un exercici d'estructuració de la recollida d'informació que, amb les seves virtuts i limitacions, s'allunya d'altres tècniques discursives. Per oposició a aquestes, el qüestionari es proposa com un instrument capaç de generar informació quantitativa, susceptible de ser tractada estadísticament, a partir de l'agregació de la informació proporcionada pels participants. D'aquesta manera, si per a aproximar-nos a la qüestió sobre què podem mesurar, ens hem plantejat els tipus

de preguntes que podem fer, podem fer el mateix amb la pregunta sobre el com atenent ara al tipus de resposta que podem emprar: les respostes obertes i les tancades.

A grans trets, les **preguntes obertes** són aquelles en què proporcionem el màxim grau de llibertat a l'expressió de la resposta. Generalment, es concreten mitjançant un espai lliure de resposta verbal, amb dimensions no tant determinades per una certa extensió sinó per a suscitar unes paraules o unes frases. En canvi, per la seva banda, les **preguntes tancades** són aquelles en què, més enllà de l'escala emprada per a la resposta, s'ofereix al participant la possibilitat de triar entre les diferents alternatives proposades. La distinció no és irrellevant, ja que afecta directament la manera com després serem capaços de tractar la informació obtinguda. Si bé és cert que les preguntes obertes poden ser categoritzades posteriorment, resulten *a priori* incompatibles amb els fonaments analítics inherentment no discursius en què aquesta tècnica es basa. És a dir, el tractament estadístic de la informació quantitativa obtinguda en el treball de camp com a base per a la generació de coneixement.

Tot i que les preguntes obertes, en principi, ens oferirien la possibilitat de copsar la resposta dels participants en tota la seva complexitat –per exemple, emprant les seves paraules, en els termes que considerin més adients i sense condicionaments previs–, el cert és que són moltes les virtuts que ens aporten les preguntes tancades des del punt de vista de la recollida de la informació. Així, més enllà de la seva capacitat inestimable per a generar dades quantitatives, aquest tipus de preguntes permeten incrementar la precisió amb què els participants informen. D'una banda, reduint els errors de comprensió sobre la pregunta, així com ajudant al judici tot oferint un conjunt determinat d'alternatives a l'informador. D'una altra banda, en oferir un conjunt determinat d'alternatives, les preguntes tancades contribueixen també a la reducció de la seva singularitat, i controlen la dispersió que podria fer inviable el tractament significatiu de les respostes.

En canvi, no tot són avantatges en el procés d'estructuració, ja que aquest tipus de resposta empeny l'investigador a tenir presents i combatre altres fons de biaix que, més enllà de la manera com formulem les preguntes, comporta la tria d'opcions que oferim als participants per a respondre. Sacrificar la llibertat de la pregunta oberta, pròpia d'altres tècniques de caire qualitatiu, requereix un esforç especial per a revisar a fons la temàtica d'estudi, els treballs teòrics previs generats en l'àrea i les aproximacions que altres investigadors han desenvolupat per a construir les seves mesures. No és estrany, en aquest sentit, que en el procés de construcció de qüestionaris es portin a terme algunes entrevistes o alguns grups de discussió que, amb un caràcter previ i exploratori, subministrin la informació necessària per a la formulació i redacció adequada dels ítems.

Exemple

Atenent al tipus de resposta, no és el mateix demanar el grau de satisfacció amb una assignatura en una escala de l'1 al 5 (pregunta tancada) que preguntar "en termes generals, quin grau de satisfacció us ha generat aquest curs?" (pregunta oberta).

En qualsevol cas, al marge dels riscos que pot comportar, és gràcies a aquest procés d'estructuració que comporten les preguntes tancades que podem complir un supòsit bàsic de la metodologia d'enquestes. Si considerem el qüestionari en el nucli del procés de mesura, l'objectiu de l'investigador és desenvolupar un conjunt d'ítems estables, tant en el contingut com en la forma, que permetin garantir una atribució correcta de la variabilitat observada. És a dir, ser capaços de determinar raonablement que el resultat de la nostra mesura sigui degut totalment, o la seva major part, bé a una variació efectiva dels participants al davant d'un estímul constant o bé la variació del mateix individu en dos moments temporals diferents. Aquesta no és una qüestió menor, inherent com diem al tractament de les dades quantitatives, que en definitiva ens permet garantir –amb un cert grau de confiança– que la variabilitat no és producte de l'administració de l'estímul, la qual cosa permet l'agregació i la comparació de les respostes entre els individus.

Al cap i a la fi, dissenyar qüestionaris és treballar en aquest procés d'estructuració, seguint unes regles determinades i planificant curosament els ítems –les preguntes, així com el tipus de respostes– per tal de maximitzar la qualitat de la informació obtinguda d'una manera sistemàtica. Tornarem més endavant sobre aquestes qüestions, quan ens ocupem del procés de construcció dels ítems pròpiament dit; ens centrarem, específicament, en aquells que permeten un tipus de resposta tancada.

1.2.4. Per a què mesurem amb qüestionaris?

Finalment, preguntar-se pel perquè de la mesura amb qüestionaris és explorar les raons, les finalitats, amb què organitzem tot el procés d'acord amb les indicacions establertes per la metodologia d'enquestes. Mesurem, en definitiva, perquè volem generar una informació quantitativa determinada que, d'acord amb el disseny de la investigació en què l'encabim, ens serveixi per a donar alguna resposta a les preguntes o hipòtesis plantejades. Però convé tenir present que el valor de les respostes generades no és, estrictament, intrínsec. Més aviat al contrari, el seu valor es troba en relació estreta amb els fenòmens que representa estem tractant de mesurar. Les bones mesures, les mesures de qualitat, són les que maximitzen la relació entre les respostes obtingudes i els coneixements, les actituds o els comportaments que estem tractant de mesurar indirectament a partir de l'autoinforme dels participants.

En aquest sentit, la raó fonamental per la qual fem els qüestionaris és perquè volem obtenir mesures quantitatives vàlides i fiables, complint les exigències que el mètode científic planteja. Una **mesura fiable** és, per definició, la que s'obté amb precisió, sense biaixos, és a dir, que és consistent. Amb relació al supòsit d'atribució de la variabilitat, una mesura fiable és aquella en què podem assegurar, amb un cert nivell de confiança, que la variació observada a les dades és, de fet, un reflex directe de la variabilitat dels fenòmens que pretenem analitzar. És a dir, que no és el producte espuri de l'error durant el procés de mesura. En canvi, disposar de mesures fiables no garanteix, o almenys no

és suficient, perquè també siguin vàlides. Així, per la seva banda, una **mesura vàlida** és aquella en què podem garantir, amb un cert nivell de confiança, que estem mesurant allò que realment pretenem mesurar. És a dir, que és exacta, i per tant estem donant una resposta adequada a la pregunta que, en darrer terme, volem formular mitjançant l'ús d'un qüestionari.

Tant la *fiabilitat* com la *validesa* són dos conceptes fonamentals per a la teoria de la mesura que transcendeixen els límits d'aquest text. En qualsevol cas, són essencials, com diem, per tal que l'investigador compleixi l'objectiu de l'atribució correcta de la variabilitat observada. Tal com hem assenyalat abans, en la discussió sobre els diferents tipus de preguntes amb què podem confeccionar els ítems d'un qüestionari, el fet de no disposar d'un correlat extern al judici del participant –bé perquè és excessivament costós quan és teòricament possible amb les preguntes factuais, bé perquè no és possible amb les preguntes subjectives– converteix aquestes mesures en indirectes, i obliga l'investigador a emprar estratègies alternatives basades en l'estudi dels patrons de resposta. De la mateixa manera, amb relació als tipus de resposta, el procés d'estructuració a què hem fet referència amb relació al disseny d'ítems amb resposta tancada ens permet tractar-los conjuntament mitjançant la construcció d'escala i índexs. Només així podem comprovar la qualitat de les dades quantitatives generades, tractant-les estadísticament mitjançant els heurístics desenvolupats al voltant dels tests al camp de la psicometria.

Però, concloent amb la pregunta sobre per a què fem qüestionaris, quan pretenem obtenir mesures de qualitat –és a dir, fiables i vàlides– ho fem no només per a caracteritzar el conjunt determinat de participants que hi han contribuït amb el seu autoinforme, sinó per tal d'anar més enllà en el procés de generació de coneixement. Gràcies a l'estadística inferencial, i en funció del grau de representativitat estadística de la mostra, aquesta informació específica ens permet transcendir el cas particular i respondre a dos objectius fonamentals per a la investigació quantitativa: l'**estimació de paràmetres** i el **contrast d'hipòtesis**. No és aquest el lloc més adequat per a tractar-los en profunditat, però sí per a observar aquestes dues finalitats amb relació a la necessitat de maximitzar-ne la validesa interna i externa.

No sent incompatibles, la finalitat última de la metodologia d'enquestes és obtenir coneixement que sigui generalitzable, és a dir, extrapolable a d'altres situacions, subjectes o contextos per a entendre millor els fenòmens que estem analitzant. D'una banda, quan disposem d'una mostra estadísticament representativa, podem estimar un paràmetre poblacional desconegut a partir de l'estadístic –la mesura obtinguda en la mostra– amb un marge d'error determinat i calculable. Seria el cas, per exemple, si volem conèixer el rendiment dels estudiants d'un país determinat o el grau en què es fan servir les noves tecnologies en un sistema educatiu. De manera complementària, si el que volem és analitzar la covariació entre dues o més variables, l'objectiu serà determinar, també amb un marge d'error determinat i calculable, si les dades obtingudes permeten concloure que la covariació observada no és deguda a l'atzar. Seguint

amb els exemples, seria el cas per a la comparació del rendiment dels estudiants de dos o més països segons les característiques dels seus estudiants o del sistema educatiu, o quan volem analitzar els factors que contribueixen a la difusió de les noves tecnologies en un sistema educatiu determinat.

Ja sigui en la maximització de la validesa externa (generalització a la població de referència) o de la interna (contrast d'hipòtesis sobre les relacions entre dues o més variables), la finalitat última de l'investigador que opta per l'ús dels qüestionaris és disposar de les màximes garanties per a establir les seves afirmacions a partir del seu treball de camp. Només des d'aquesta perspectiva pren sentit el repte complex que representa, al cap i a la fi, construir instruments que permetin investigar, de manera estructurada, fenòmens no directament observables com els coneixements, les actituds o els comportaments de les persones.

1.2.5. L'administració electrònica de qüestionaris

Tot i que en un text introductori com aquest tampoc no podem incloure totes les qüestions relatives a l'administració electrònica de qüestionaris, conclourem aquesta primera part introduint alguns elements importants que en configuren les especificitats. Tenint en compte l'evolució progressiva dels mitjans d'administració, aquest tipus de qüestionaris comporten, en el context de la recerca actual, un element de coneixement obligat pels investigadors interessats en l'optimització dels processos d'administració i codificació. Juntament amb les facilitats ofertes pels programes estadístics habituals per al tractament de les dades, configuren un ampli espai en creixement ple d'oportunitats per a la recerca quantitativa mitjançant la metodologia d'enquestes.

En aquest sentit, podem parlar d'administració electrònica en el marc dels diferents mètodes d'**administració a distància**. Tot i que els qüestionaris, originalment, van ser desenvolupats per a ser administrats en persona –llapis i paper, amb l'assistència de l'entrevistador– un impuls important a la seva utilització es va produir amb la introducció de les successives innovacions en els mitjans de comunicació. Primer el correu postal, més tard el telèfon i finalment Internet, han anat incrementat les possibilitats per a arribar amb menys costos –però també han comportat alguns inconvenients– als participants implicats. En aquest sentit, com han fet molts autors, és important destacar les virtuts dels diferents mitjans d'administració a distància, però també considerar-ne els riscos i les limitacions. Intentarem aproximar-nos-hi breument, introduint alguns trets específics vinculats a l'administració electrònica de qüestionaris.

Així, si amb la introducció de l'administració postal l'entrevistador va ser substituït per l'autocumplimentació dels participants, l'arribada del telèfon va permetre recuperar un cert control amb la presència de l'entrevistador. Les dificultats, en termes de costos, van reaparèixer amb la necessitat de disposar d'un cos d'entrevistadors formats que treballessin a distància des dels centres telefònics. En canvi, els processos d'administració i codificació van recupe-

rar aquesta (tele)presència de l'entrevistador, cosa que facilitava la gestió dels dubtes i aclariments durant el treball de camp que difícilment podia complir l'administració postal convencional. En tots dos casos, la disponibilitat d'un marc mostral conegut –ja sigui d'adreces, o bé d'adreces postals– va ser una condició necessària per complir els objectius de l'administració massiva a distància, i va permetre la identificació dels subjectes per a calcular les taxes de resposta, així com analitzar el possible impacte de la no-resposta com a font de biaix en els resultats.

Enllaç recomanat

Dins de les diferents alternatives que hi ha per a la implementació de qüestionaris en línia, LimeSurvey és probablement el *software* lliure més flexible, potent i millor documentat existent en l'actualitat. Amb un servidor, algunes nocions tècniques i, sobretot, nocions sobre el desenvolupament d'ítems i qüestionaris, podem organitzar processos d'administració realment complexos i amb totes les garanties de confidencialitat. Vegeu el recurs lliure i gratuït a <http://www.limesurvey.org/>

En aquest context, l'**administració electrònica** de qüestionaris es conforma com un ampli camp de treball en què la premissa bàsica és senzilla: mesurar a la Xarxa no és, simplement, digitalitzar un qüestionari. De fet, moltes han estat les investigacions que han tractat de determinar no només fins a quin punt són realment equivalents –o comparables– a les versions administrades mitjançant els altres mètodes, sinó quines són les millors condicions per a desenvolupar-los. Així, resulta el mètode d'elecció pel seu cost d'administració reduït, la seva flexibilitat per a treballar amb grans mostres, així com per la facilitat i rapidesa amb què podem gestionar les respostes i el seu registre sense errors de transcripció per a l'anàlisi. A més a més, quan són identificats –és a dir, partint d'un marc mostral determinat– permeten el seguiment dels participants, l'enviament selectiu de recordatoris, així com el càlcul exacte de les taxes de resposta durant tot el procés.

En canvi, és important assenyalar que aquests avantatges, així com la senzillesa aparent amb què podem administrar electrònicament un qüestionari amb les eines disponibles en l'actualitat, no han de fer confondre el rigor metodològic que exigeix la recerca. Malauradament, no és infreqüent veure que aquesta immediatesa es veu associada amb una certa relaxació de l'investigador, que cau en una escassa planificació d'objectius, de la mostra o de l'estratègia analítica. No és aquest el moment per a detenir-nos en les fases més generals del disseny i administració de qüestionaris, però sí per a reclamar l'atenció sobre alguns punts importants que poden afectar, irremediablement, la qualitat del mateix treball de camp. Tot i el seu relatiu baix cost, com en qualsevol altre tipus d'administració, aquesta és una peça clau en el procés que condueix l'investigador a extreure les seves conclusions, així com valorar el seu abast d'acord amb les limitacions del seu treball.

D'aquesta manera, pel que fa a l'administració electrònica de qüestionaris, cal tenir una cura especial amb el procés d'adaptació del qüestionari al mitjà, i considerar elements com la seva presentació en pantalla, el format emprat per a administrar les preguntes i alternatives de resposta, la seva llargada i el

temps exigint per a l'emplenament. Com que és una administració a distància, l'investigador ha de garantir que les qüestions tècniques queden ben resoltes, així com preveure i resoldre els problemes que puguin anar apareixent per a garantir l'equivalència entre els diferents entorns tecnològics en què els participants es troben. A més a més, en tant que administració postal, també ha de ser capaç de minimitzar la necessitat de la presència de l'entrevistador, i procurar que tot el procés no exigeixi aclariments imprevistos en el moment de la confecció del qüestionari.

Més enllà de qüestions més formals, també resulta imprescindible el coneixement de les condicions d'accés dels participants en sentit ampli, com és el fet que han de disposar de connexió a Internet, d'una adreça de correu electrònic i saber fer-la servir –parlem, com ja hem dit, d'administracions identificades a partir d'un marc mostral delimitat–, així com disposar de les habilitats informacionals més bàsiques per a emplenar un formulari en línia seguint les instruccions de l'investigador. Són moltes i molt importants les qüestions que cal tenir presents, i és en aquest sentit precís que hem indicat, i repetim, que l'administració electrònica no és, ni de bon tros, una mera digitalització de l'instrument.

1.3. Disseny i administració de qüestionaris

Una vegada ens hem aproximat a la seva filosofia com a instrument per a la recollida de dades a les investigacions socials, a continuació abordarem la segona part d'aquesta introducció. D'acord amb el que ens hem plantejat, acabarem el nostre viatge plantejant un conjunt de fases, amb algunes nocions bàsiques, que han de conduir el disseny i l'administració de qüestionaris. En cap cas, i com és obvi, aquestes indicacions no esgoten la complexitat que aquest procés exigeix, i més aviat serveix com una orientació, un mapa o una guia, que permeti situar els principals punts de decisió en el context més ampli de la metodologia d'investigació quantitativa.

Activitat

El disseny i l'administració de qüestionaris és un procés complex, ple de decisions per a l'investigador, que s'aprèn amb experiències successives. Per començar, cerqueu un article o informe basat en qüestionari i intenteu delimitar aquest procés de decisió a partir dels resultats presentats en funció dels aspectes que hem delimitat en aquest apartat: definició dels objectius, disseny de la mostra, redacció dels ítems i confecció dels qüestionaris, pilot i refinament i informe de resultats. Si no sabeu per on començar, WebSM és un web excel·lent dedicat a la investigació sobre l'ús de qüestionaris, especialment en contextos d'administració en línia, <http://www.websm.org>

Tal com ja hem discutit, el qüestionari és la tècnica pròpia de la metodologia d'enquestes, i es planteja bàsicament com un instrument estandarditzat, tant pel que fa a la seva forma com a les condicions en què és administrat, que enfocat la mesura de fenòmens no directament observables, com els coneixements, actituds o comportaments, a partir de la recollida sistemàtica de l'autoinforme dels participants. Aconseguir les millors condicions per a susci-

tar les respostes dels nostres informadors, cercant-ne la complicitat i atenent a les seves peculiaritats, és l'objectiu principal d'un treball que comença amb la definició dels objectius i la revisió de la literatura.

1.3.1. Definició d'objectius i revisió de la literatura

Com a qualsevol procés d'investigació, l'elecció dels instruments ha de ser precedida per una definició curosa del plantejament general de la recerca, partint d'una pregunta pertinent, operativitzada a través d'un objectiu raonable en funció dels mitjans disponibles. Com hem vist, el qüestionari és l'eina d'elecció per a treballs de camp que requereixen la recollida sistemàtica de dades relatives a un gran nombre de participants. Malgrat això, convé no perdre de vista el balanç dels beneficis i limitacions que hem anat discutint, recordant que aquesta no és, essencialment, una tècnica discursiva. En contrast, hem fet molt d'èmfasi en l'estructuració que representa i exigeix una estratègia interessada per la producció de dades quantitatives susceptibles de ser tractades estadísticament.

En aquest sentit, al contrari que altres tècniques qualitatives, el qüestionari no és concebut com una eina de construcció progressiva o iterativa dels resultats, sinó més aviat com una administració puntual. En aquest sentit, és important recordar la necessitat de tenir un cert coneixement previ sobre l'objecte d'investigació. Disposar d'una teoria, conèixer altres apropaments prèviament desenvolupats a la literatura científica, o desenvolupar alguna aproximació prèvia mitjançant la implementació d'algun grup de discussió o entrevistes són algunes estratègies habituals per a avaluar la pertinència de la tècnica, així com per a extreure finalment els principals elements que hauran de ser considerats en el disseny de les nostres mesures. Disposar d'instruments establerts, dels quals coneguem el comportament psicomètric, per a replicar-los o adaptar-los, formarà part de l'escenari més desitjat però no sempre aconseguit.

Si, com es presumeix en aquest text, el judici de l'investigador li permet optar pel qüestionari per a abordar el seu treball de camp, la revisió sistemàtica de la literatura formarà part, no ja de la construcció del seu marc teòric, sinó de la fonamentació del procés de construcció dels seus instruments. Més enllà de la formulació exacta dels ítems convenients per a les seves mesures, l'èxit del procés d'estructuració implícit en el qüestionari rau en la suposició, més o menys contrastada, que coneixem raonablement els fenòmens que volem analitzar. Com ja hem discutit, això té implicacions importants per a la redacció de les preguntes pertinents i suficients, així com per al desenvolupament adequat de les diferents alternatives de resposta per a evitar el biaix en la resposta dels participants. Les tindrà, també, per a definir les àrees d'interès sobre les quals començar a treballar, com veurem més endavant.

En síntesi, el plantejament d'una bona pregunta d'investigació genera un objectiu que, en el cas d'adequar-se a les característiques de la tècnica, permet el desenvolupament d'un instrument –de nova creació o replicant-ne totalment

o parcialment un altre ja existent– que permet avaluar en un o més moments determinats un conjunt nombrós de participants. Sobre aquests, sobre la construcció de la mostra, ens ocupem a continuació.

1.3.2. Disseny de la mostra

Una vegada establert el disseny de la investigació, l'objectiu següent és la definició de la mostra de participants, generalment en funció d'un criteri geogràfic, temporal o d'acord amb les agrupacions presents de manera natural en la població. Com ja hem vist, no totes les preguntes de recerca susceptibles de ser plantejades amb la metodologia d'enquestes impliquen el treball amb mostres estadísticament representatives. No és el mateix intentar estimar un paràmetre poblacional que portar a terme el contrast d'hipòtesis sobre una mostra intencional. Però això no significa, en cap cas, que no sigui necessària una definició adequada de la població d'interès o univers d'acord amb els objectius plantejats, així com dels criteris per a la selecció dels participants en l'estudi. La mostra, al cap i a la fi, no és més que un subconjunt del nombre total d'unitats definides com a població, en referència a la qual establirem sempre els nostres resultats. Conèixer-la, i donar-ne detalls en els nostres informes, és fonamental per a comprendre les limitacions inherents a les nostres mesures i, especialment, a les conclusions que n'obtinguem.

En alguns casos la població d'interès no és suficientment nombrosa per a requerir la selecció d'un subgrup de participants. O el que és el mateix, la mostra és equivalent a la població. En canvi, quan la població és infinita, o finita però inabastable, l'investigador ha de fer un esforç addicional per a complir els requeriments exigits per la inferència estadística. Ens referim a l'ús de mostres probabilístiques, és a dir, aleatòries o seleccionades a l'atzar, en què es garanteix que totes les unitats que conformen la població tenen, *a priori*, la mateixa probabilitat de ser seleccionades per a participar a l'estudi. Mostres aleatòries simples, sistemàtiques, estratificades o per conglomerats, totes elles comparteixen aquest criteri de selecció per a neutralitzar els biaixos que les mostres intencionals comporten. No ens detindrem en el procediment que implica cadascun d'aquests mètodes de mostreig (vegeu, per exemple, Rodríguez, 1991, i Lohr, 2000), però sí remarcarem la importància que el criteri de selecció té, juntament amb la seva grandària com veurem a continuació, en la composició de les mostres.

Així, en el disseny d'una mostra estadísticament representativa de la població objectiu procedirem a la definició del marc mostral, és a dir, la seva concreció mitjançant la identificació del conjunt total d'unitats potencials per a la selecció. Serà sobre aquesta llista, generalment acompanyada d'informació addicional per a l'establiment de quotes o estrats quan són aplicables, que aplicarem el mètode de mostreig probabilístic seleccionat, i especificarem els marges d'error màxims que estem disposats a assumir en el supòsit de màxima indeterminació. És a dir, definirem la precisió o confiança associada a les nostres mesures amb relació a l'univers al qual pretenen representar, calculant

el nombre mínim de participants necessaris mitjançant les fórmules corresponents. Com hem dit, el fet que el criteri de selecció sigui aleatori no implica necessàriament representativitat estadística, sinó que aquesta és funció també de la seva grandària. Com més gran és la mostra, més se semblarà a la població de referència, però gràcies al coneixement de les propietats de la distribució normal –amb què sovint es comporta pràcticament qualsevol mesura humana– podem determinar amb garanties els riscos que estem disposats a assumir sense haver d'administrar el qüestionari a tota la població.

En el cas de l'administració electrònica, i en general a qualsevol tipus d'administració a distància de qüestionaris, la disponibilitat d'aquesta llista amb què conformar el marc mostral és determinant, tal com ja hem recomanat, si optem per una aplicació identificada a partir d'un cens de direccions de correu electrònic. Sense aquesta informació és impossible, d'una banda, mesurar el nombre total de participants –hi hagin respost o no– que han tingut accés al qüestionari, per tal de calcular la taxa de resposta obtinguda. D'una altra banda, gràcies al seguiment que podem fer mitjançant les eines adequades, podem intervenir activament en el procés, i incrementar el nombre total de participants gràcies a l'enviament de recordatoris. Així mateix, és possible avaluar el biaix eventual en la recollida de les dades, detectant subgrups representats inadecuadament en el conjunt de la mostra d'acord amb les característiques amb què definim les quotes o els estrats. A més a més, és possible aprofitar aquesta informació per a ampliar la mostra en aquests subgrups abans de concloure el treball de camp, o ponderar-los estadísticament després en cas que no sigui possible fer-ne substitucions.

En definitiva, el procés de disseny i construcció de les mostres pot arribar a ser molt complicat i laboriós, i els detalls queden lluny dels límits d'aquesta introducció. Però, com veiem, determina la confiança amb què els nostres resultats siguin extrapolables al conjunt de la població. Aconseguir-ho, mitjançant la maximització de les taxes de resposta té molt a veure amb la generació de la màxima complicitat dels participants, construint els ítems adequats als objectius de la investigació, i ajustant-los al mitjà d'administració. D'això ens ocupem a continuació, començant per la redacció de les preguntes i respostes amb què teixirem els ítems que conformaran, al seu torn, el qüestionari.

1.3.3. Redacció dels ítems

Establerts els objectius generals de la investigació, i dissenyada la mostra que emprarem en l'estudi, comença el veritable procés de construcció dels ítems que conformaran el qüestionari. Aquesta tasca, de la qual depèn l'èxit de la investigació, parteix necessàriament de la revisió de la literatura amb què es va iniciar el procés. Ja sigui en la rèplica d'instruments ben establerts a la investigació en l'àrea, adaptant-los totalment o parcialment, o bé creant un qüestionari per a l'ocasió, el primer pas consisteix a decidir quina informació serà necessari recollir. És a dir, quines seran totes les mesures que, d'acord amb el plantejament de la investigació, seran necessàries per a respondre a les pre-

güentes, als objectius i a les hipòtesis formulats. Un alt grau de coneixement previ sobre l'objecte d'estudi, com hem dit, serà un valor molt preuat per a orientar la inspiració i creativitat de l'investigador durant la redacció, ajudant-lo a definir la millor manera de plantejar les preguntes i els tipus de respostes convenients.

En aquest sentit, pel que fa a les preguntes, una estratègia habitual consisteix a operativitzar l'objecte en un conjunt d'àrees d'interès. Aquestes àrees, que es poden correspondre amb dimensions teòriques o no, compleixen la funció d'ordenar la redacció dels ítems, tot garantint l'exhaustivitat en l'abast de la complexitat dels fenòmens que volem analitzar. Aquesta estructura, que pot anar evolucionant a la vegada que la mateixa redacció, també serveix per a quantificar el nombre d'ítems de què disposarem per a construir, si escau, escales o índexs compostos per a la mesura complexa. No ens detindrem en la formalitat d'aquest procediment, lligat a l'anàlisi de les propietats psicomètriques dels instruments, però és important tenir molt present l'exercici d'exhaustivitat en la redacció de les preguntes. Els ítems que no apareguin en aquesta llista, evidentment, no formaran part del qüestionari finalment administrat.

A més a més, convé tenir present també altres tipus de preguntes no estrictament referides als fenòmens que ens hem proposat mesurar, però que resulten d'igual importància per a la investigació. Ens referim, per oposició a les preguntes de contingut, a les de control o sociodemogràfiques i els filtres. En el primer cas, es tracta de planificar adequadament l'obtenció d'informació relativa a les característiques personals o contextuals dels participants. Són exemples habituals de preguntes de control o sociodemogràfiques el sexe, l'edat i d'altres característiques individuals, però també poden referir-se al context familiar o organitzacional en què s'ubiquen, rellevants per a la caracterització de l'objecte que volem analitzar. En tots dos casos, insistim, es tracta d'informació important que permetrà l'establiment de descripcions i explicacions complexes sobre la variabilitat observada en els coneixements, actituds o comportaments del conjunt de la mostra.

D'altra banda, parlem de preguntes de filtre quan aquestes característiques serveixen, durant el treball de camp, per a discriminar subgrups dins de la mostra i conduir el seu emplenament del qüestionari. Per exemple, podríem discriminar un subgrup de participants en funció de la presència d'un comportament determinat –els professors que fan servir les noves tecnologies a les seves pràctiques docents– per a obtenir-ne informació més detallada –tot explorant aquest tipus d'usos, seguint amb l'exemple. La seva pertinència estarà lligada a les característiques de la mostra seleccionada, i caldrà adaptar l'administració a cada cas evitant el plantejament de preguntes no aplicables o innecessàries, o que obliguen a la inclusió d'un "no ho sé" entre les alternatives de resposta.

Recordem, però, que un ítem està format –i ha de ser pensat– no només a partir d'una pregunta, sinó també amb una resposta associada. Amb relació a aquestes, és a dir, al tipus de respostes que podem emprar en el seu disseny, convé recordar la discussió que hem tingut al voltant de l'estratègia d'estructuració que comporta el desenvolupament d'un qüestionari. L'última finalitat, com hem dit, no és una altra que mesurar els fenòmens investigats mitjançant la seva quantificació. Més ben dit, apropar-se als fenòmens mitjançant el registre estructurat de l'autoinforme dels participants, amb la finalitat última d'analitzar estadísticament i presentar aquestes dades.

Així, quan parlem d'aquest procés d'estructuració, en part, ens referim a les diferents escales de mesura amb què podem definir una d'aquestes dades. Recordant la classificació a l'ús, disposem de quatre escales de mesura diferents: l'escala nominal, l'ordinal, la d'interval i la de raó, també conegudes com a *qualitatives* o *no mètriques*, les dues primeres, i *quantitatives* o *mètriques*, les darreres. Aquests atributs són importants, com veurem a continuació, no només en la construcció dels ítems del qüestionari, sinó que tenen conseqüències importants en la manera com poden ser analitzats, és a dir, en les tècniques estadístiques i els tipus de contrastos que són aplicables.

Molt breument, una escala nominal és la que ens permet retenir la propietat de diferència, és a dir, és la que ofereix un gradient de respostes limitat en què l'única especificitat és la presència o no d'una característica determinada. La seva funció principal és la de classificació, operant sota els principis d'exhaustivitat i exclusivitat mútua, en tant que les diferents alternatives de resposta representen totes les característiques o els estats diferenciats possibles, que no són en cap cas aplicables simultàniament. Per exemple, en referència al sexe, un participant pot ser home o dona. Però si ho és –o dona o home–, no pot ser l'altre ni, com veurem més endavant, ser-ho en part.

Les escales ordinals, per la seva banda, són les que permeten retenir no només aquesta diferència, sota els mateixos principis d'exhaustivitat i exclusivitat mútua, sinó la propietat d'ordre prèviament definida sobre el conjunt de nivells possibles. La seva finalitat, més enllà de la classificació pròpiament dita, és la d'establir una jerarquia o ordenació entre els diferents nivells de la variable en funció del grau en què es presenta l'atribut. Aquestes escales, en canvi, no permeten retenir cap informació sobre la quantitat present, expressant únicament la posició relativa entre ells en el continu que la variable suposa. Així, per exemple, s'espera també que un participant d'un estudi es trobi en un nivell socioeconòmic baix, mitjà o alt, però no que pertanyi a més d'un, ni que ho faci en part. En canvi, tot i conèixer la seva posició en el continu que suposa, no disposem d'informació exacta sobre el grau o la quantitat en què aquesta característica és present.

En tots dos casos, i pel que fa als nostres objectius, les alternatives de resposta d'un ítem no mètric permeten codificar característiques o estats discrets que conformen grups excloents, establint en el millor dels casos una ordenació

o jerarquia entre ells. Als efectes del seu tractament i presentació, reben una etiqueta i un nombre arbitraris que permet conservar totes dues característiques en la dada resultant. Malauradament, la seva naturalesa no mètrica limita les operacions possibles únicament al recompte, i són incompatibles amb qualsevol operació aritmètica com, per exemple, la suma, la multiplicació, la divisió, la moda o la mitjana. En canvi, per la seva banda, els ítems de naturalesa mètrica o quantitativa són compatibles amb totes aquestes operacions matemàtiques, la qual cosa permet una major flexibilitat en el moment del seu tractament. La raó, seguint amb la discussió al voltant de les escales de mesura, és que tant les d'interval com les de raó conserven, més enllà de la diferència i l'ordre, la propietat de distància, és a dir, el grau en què la característica o l'estat són presents.

La mesura, en aquest cas, està basada en unitats constants, que tenen el mateix valor, de manera que les diferències entre dos punts equidistants a qualsevol altura de l'escala impliquen, de fet, la mateixa diferència en la presència de la característica. La distinció entre ambdós tipus d'escales quantitatives, però, es troba en la definició del significat del punt zero: arbitrari a les d'interval –és a dir, no implica la inexistència de la característica o estat mesurat–, i real o significatiu en el cas de les de raó. Seguint amb els exemples, podríem registrar la puntuació d'un participant en un exercici o examen determinats i la seva edat. La diferència, comparant aquestes dues mesures, és que la segona disposa d'un punt zero no arbitrari –de fet, a les escales de raó no són possibles les puntuacions negatives–, la qual cosa permet assegurar que una puntuació determinada és múltiple d'una altra. Deu anys representen, en efecte, el doble d'edat que cinc i la meitat que vint, però dos punts en un examen no impliquen, per la seva banda, el doble de coneixements que zero ni la meitat que quatre.

Tenint en compte aquesta progressió en la capacitat per a retenir les diferents propietats dels fenòmens registrats, l'investigador ha de definir clarament l'escala de mesura més apropiada per a cada ítem. En aquest sentit, els ítems mètrics o quantitius es troben en millor posició que els no mètrics o qualitius, sent d'elecció quan les propietats dels fenòmens són susceptibles de ser quantificades. De fet, aquesta gradació no és una altra que la diferent capacitat de les escales per a codificar amb precisió, és a dir, el grau en què podem assegurar que la puntuació observada és més o menys representativa del valor "real" que preteníem observar. Així mateix, seguint el sentit invers d'aquesta progressió, sempre podem transformar –mitjançant l'agrupació del rang de valors observat en categories exhaustives i mútuament excloents– les variables quantitatives en qualitatives en el moment del seu tractament estadístic. El contrari, però, no és possible, atès que no podem afegir propietats que no fossin presents a les dades ja recollides durant el treball de camp.

Des d'aquest punt de vista, amb relació a les operacions matemàtiques possibles, és important destacar el valor de les escales quantitatives en tant que permeten la combinació d'ítems diferents. Ja sigui mitjançant la construcció d'índexs o escales, aquesta flexibilitat ofereix l'oportunitat de millorar encara

més la precisió de les mesures resultants. Tal com ha demostrat la psicometria amb relació al procés de construcció de tests, l'agregació d'informació complexa provinent d'ítems diferents del mateix qüestionari produeix millors estimacions de les puntuacions reals en els fenòmens analitzats que qualsevol ítem discret. Així mateix, la naturalesa mètrica d'aquestes escales permet l'anàlisi de la seva fiabilitat i validesa mitjançant les tècniques estadístiques a l'ús (vegeu, per exemple, Muñiz, 2002). Coronant l'ampli ventall de possibilitats, les tècniques multivariables permeten, finalment, analitzar i modelar de manera complexa els fenòmens objecte de la investigació (vegeu, per exemple, Hair i altres, 2004). Tot i que les dades qualitatives o no mètriques també disposen d'algunes tècniques equivalents per a aquesta finalitat desenvolupades a les darreres dècades, en tot cas, tots aquests són condicionaments que les dades recollides imposen sobre el seu tractament posterior i han de ser, per tant, ponderats en el procés de disseny dels qüestionaris.

Així, recuperant la discussió sobre el procés d'estructuració que representa mesurar amb qüestionaris, la redacció dels ítems parteix dels tipus bàsics que podem conformar amb les diferents escales de resposta existents i que a continuació enumerem com a síntesi. En són possibles altres, tot i que una bona part dels ítems més comuns s'ajusten a aquesta tipologia, sempre tenint en compte el tipus de resposta que esperen del participant:

- **Preguntes obertes:** com hem vist, el grau mínim d'estructuració en la construcció, en què s'espera una resposta, generalment textual, elaborada pel participant a partir de les seves impressions, opinions o creences. Aquests ítems, per tal d'ajustar-se als requeriments que hem comentat, exigeixen una categorització posterior que, moltes vegades, dificulta el tractament posterior des d'un punt de vista estadístic.
- **Preguntes tancades a partir d'una llista de categories exhaustives i mútuament excloents:** com hem vist, aquestes preguntes permeten el desenvolupament d'ítems qualitatiu o no mètrics, i es podrien subdividir en els tipus següents:
 - **Amb alternatives de resposta no ordenades:** ens referim a les preguntes d'escala nominal, en què esperem del participant que esculli una de les alternatives ofertes com a resposta. En alguns casos, a més a més, es fa servir una variant que permet la tria de tantes alternatives de resposta com sigui necessari.
 - **Amb alternatives de resposta ordenades:** preguntes d'escala ordinal, que com hem vist impliquen, a més a més, una ordenació o jerarquia entre les alternatives ofertes per la resposta. Un cas particular, i de fet habitual en la construcció d'escales, són les preguntes basades en escales fixes, habitualment conegudes com a tipus *likert*, en què la dimensió queda ordenada en una seqüència de punts arbitraris –generalment, a partir de quatre nivells, i són comunes les de cinc o set– de menys a més intensitat. Són d'aquest tipus, per exemple, les preguntes

d'acord i desacord, de satisfacció, o de qualsevol altre tipus de valoració subjectiva a partir d'una escala fixa significativa. La interpretació, en aquest cas, és determinada per la situació relativa de l'alternativa escollida en funció del significat de la resta de punts en la dimensió escollida.

- **Preguntes numèriques o quantitatives:** un tipus especial de pregunta oberta en què s'espera que el participant reporti un nombre o una puntuació sobre una escala mètrica d'interval o de raó. Aquestes, com hem dit, representen el grau màxim de flexibilitat durant l'anàlisi, tot i que no són les més habituals en la recerca en ciències socials.

Finalment, algunes consells generals que, més enllà de la seva estructura, contribuiran a la redacció final d'aquests ítems. Recordem que l'objectiu principal del qüestionari és obtenir, ja sigui mitjançant ítems discrets o la seva agregació en escales o índexs, mesures fiables i exactes sobre els fenòmens que volem investigar. En aquest sentit, la gran prioritat per a l'investigador és el disseny de preguntes clares i unívokes que, consegüentment, el condueixin a obtenir respostes amb les mateixes característiques. Desenvolupem aquesta finalitat més general en un conjunt de recomanacions específiques:

- 1) Els ítems han d'estar correctament contextualitzats, amb relació als fenòmens sobre els quals estem demanant, així com formulats sempre amb un vocabulari adequat i comprensible per a la població de referència.
- 2) Les preguntes han d'estar clarament enunciades, i evitar aclariments addicionals entre parèntesis que, generalment, informen sobre una redacció imprecisa o amb la qual l'investigador no acaba d'estar satisfet.
- 3) La sintaxi ha de ser també clara, i evitar redaccions complexes que puguin conduir a formular més d'una pregunta a la vegada.
- 4) El llenguatge no ha d'incloure un tipus de resposta determinat, així com ha d'evitar l'efecte de la desitjabilitat social o altres biaixos.
- 5) Hem d'assegurar la comprensió consistent o homogènia entre tots els participants, partint de significats raonablement compartits, de manera que puguem complir la correcta atribució de la variabilitat observada.
- 6) Les alternatives ofertes per a la resposta han de ser suficients, semblar acceptables i possibles per a la població de referència, així com exhaustives i mútuament excloents.
- 7) L'escala de resposta ha de ser comprensible i estar clarament especificada en les instruccions per a emplenar del qüestionari, especialment si els ítems s'agrupen en blocs per a simplificar-ne la presentació.

1.3.4. Confecció del qüestionari

Desenvolupats els ítems, en funció de les preguntes i escales de resposta adequades als objectius de la investigació, el pas següent consisteix en la seva organització en el format més adequat per a administrar-les a la mostra de participants. D'acord amb el mètode d'administració, les accions de l'investigador s'orienten a la cerca d'una complicitat adequada, de manera que es puguin maximitzar les taxes de resposta dels participants. D'aquesta manera, elements que ja hem comentat com les mateixes condicions materials del mitjà, el tipus de registre de les respostes o la presència de l'entrevistador, són algunes qüestions importants que han de conduir les decisions durant la confecció final de l'instrument. Els manuals a l'ús que ja hem anat recomanant poden servir d'introducció per una qüestió que difícilment podem comprendre en aquest text introductori. Independentment del mètode d'administració escollit, però, és necessari que fem una referència breu a tots els elements que, sense ser ítems estrictament parlant, conformen el vehicle amb què es presentaran els qüestionaris.

És el moment, per exemple, de redactar les informacions, les instruccions i els consells amb què se situarà el participant durant tot el procés. La participació en un qüestionari ha de ser voluntària i confidencial, i en aquest sentit és important articular els mitjans oportuns perquè els participants rebin tota la informació necessària sobre la investigació per a valorar-la i prendre, si escau, la decisió de participar-hi amb el seu propi temps. Indicacions clares sobre les finalitats de la recerca i el procediment establert, així com de la durada estimada, una garantia de confidencialitat adequada sobre les seves respostes, el compromís sobre el tractament agregat i no identificat de les dades, i l'establiment dels mecanismes adequats per al seguiment dels resultats que es desprenen de l'estudi, són elements que, sense cap mena de dubte, poden resultar definitius per a l'èxit en la recollida de la informació amb qüestionaris. Agrair la seva col·laboració al final del procés, finalment, és un bon signe de la importància que la seva participació representa per a la consecució dels objectius de la investigació.

1.3.5. Pilot i refinament

Tot i la curiosa preparació, i després d'un esforç considerable per a desenvolupar o adaptar els ítems adequats per a la investigació, sempre és convenient portar a terme una petita prova per a avaluar mínimament els resultats del qüestionari abans de la seva administració a la mostra final de participants. Aquest assaig, fonamentalment, està adreçat a la detecció de possibles problemes de comprensió amb les preguntes, dificultats amb les alternatives o escales de resposta definides, o amb relació a les instruccions que guien el seu emplenament. Atès que no sempre aconseguim formular les preguntes adequadament, ni considerar totes les alternatives adequades per a la població objectiu de l'estudi, és necessari recollir totes les evidències que així ho demostrin.

Recollir els comentaris amb relació a alguna pregunta determinada o la seva formulació, l'anàlisi de la possible absència de resposta significativa i el desenvolupament d'entrevistes personals amb els que participen en el pilot solen ser estratègies adequades per a aquesta finalitat. Així mateix, és un bon moment per a assegurar-se que totes les qüestions tècniques han quedat adequadament resoltes, començant per la presentació correcta del qüestionari i acabant amb la gravació de les respostes. Qualsevol error en aquest procés dificultarà, si no impedirà del tot, el desenvolupament correcte del treball de camp definit per a respondre als objectius de la investigació.

Aquest pilot pot ser portat a terme amb una certa flexibilitat, i en funció del temps i els recursos disponibles pot comportar l'ús d'un nombre relativament escàs de participants. De vegades, especialment quan el disseny del qüestionari és original, l'investigador pot voler comprovar les propietats psicomètriques d'alguns ítems concrets o de les escales que té previst desenvolupar a partir d'ells (vegeu, per exemple, Muñiz i altres, 2005). En aquest escenari, però, aquesta prova requereix una mostra més àmplia, generalment per sobre d'un centenar de participants.

1.3.6. Administració i primer informe

Tota la planificació acaba necessàriament amb l'administració del qüestionari, procés íntimament lligat al mètode escollit i que, per la seva especificitat, escapa dels objectius d'aquest text introductori. Si l'investigador no ha optat per una administració electrònica, és el moment de definir l'esquema de codificació de les dades, així com especificar els identificadors de les diferents alternatives de resposta, i el tractament de la no-resposta o els valors perduts. Una vegada tancat el treball de camp, i amb la base de dades a les mans, tots els passos que hem descrit fins ara conclouen amb un informe tècnic sobre el disseny del qüestionari i de la mostra, així com el procés d'administració pròpiament dit.

Registrar totes les decisions en la fase de planificació, incloent-hi les modificacions derivades del pilot, l'execució del treball de camp –amb els problemes afrontats– i la seva temporalització, així com l'exploració de les propietats de les dades obtingudes, són els objectius inicials d'aquest primer informe de resultats. En aquest sentit, és convenient continuar amb les característiques o propietats de la mostra de participants finals, així com la seva capacitat per a representar la població per a la qual han estat seleccionats a través del càlcul de l'error associat a les mesures d'acord amb els procediments establerts en el disseny de mostres estadísticament representatives.

Finalment, d'acord amb els objectius d'investigació, és convenient acompanyar aquest informe amb les proves corresponents de fiabilitat i validesa, tant del pilot com de la mostra final si fos necessari, així com definir un pla d'anàlisi que, finalment, ens permetrà especificar les hipòtesis de treball o definir el

càlcul apropiat per a l'estimació dels paràmetres, la selecció de les tècniques estadístiques necessàries, i la tria dels mecanismes més adequats per a la representació numèrica i gràfica dels resultats en l'informe final.

1.4. Algunes consideracions (ètiques) finals

Tot i que per motius expositius hem presentat aquestes fases com seqüencials, no podem perdre de vista que, en el seu conjunt, aquest és un procés iteratiu en què els avenços en cada un dels fronts retroalimenten les diferents fases. En aquest sentit, concloem amb una reflexió breu sobre un element transversal que, malgrat no formar part específica de cap de les etapes esmentades, pot representar la diferència per a una investigació de qualitat.

Activitat

Les institucions vinculades al món universitari i de la recerca en general tenen protocols i orientacions ètiques sobre el desenvolupament de les investigacions que patrocinen o acullen. Poseu-vos en contacte amb l'autoritat acadèmica de la vostra universitat i demaneu-li informació sobre això per veure'n un cas particular. Si no en tenen, potser és bon moment per a suggerir-ho.

Així, és important tenir en compte que el desenvolupament de qualsevol recerca –i les quantitatives basades en metodologia d'enquestes no en són una excepció– exigeix un compromís ètic i moral envers la pregunta d'investigació i la intenció amb què es faran servir les dades obtingudes amb la col·laboració dels participants. En cap cas, no es pot afirmar que hi hagi cap limitació *a priori* sobre els objectes considerats en la recerca, però segurament en podem considerar la pertinència, exactitud i conveniència des d'un punt de vista estrictament moral.

En aquest sentit, quant a les especificitats de la investigació basada en qüestionaris, és responsabilitat de l'investigador fer un ús adequat dels instruments elaborats per tercers, així com acreditar-lo convenientment reconeixent el seu ús. Igualment, convé tornar a insistir en el compromís de l'investigador amb relació a la redacció dels ítems, tenint en compte la importància de la seva adequació, tant en la forma com en el llenguatge, per tal de garantir una igualtat d'oportunitats en la participació en la recerca com a informants de fenòmens i realitats que, moltes vegades, resulten d'una gran rellevància personal per als informants seleccionats en els estudis. Complementàriament, s'espera el compromís de l'investigador per a recollir d'una manera justa i no esbiaixada totes les alternatives de resposta significatives per als participants, i així evitar que la seva resposta sigui orientada per uns fins que són aliens al desenvolupament de coneixement científic. Finalment, també és responsabilitat seva habilitar els mecanismes oportuns per a informar adequadament dels objectius de la investigació, informar de la necessitat de disposar del consentiment dels participants, així com respectar el seu dret a no participar-hi.

Una vegada portat a terme el treball de camp, i recollides les dades que amablement han estat proporcionades pels participants, també és convenient tenir present el compromís de l'investigador amb relació a la seva conservació i aprofitament, cosa que garanteixi que el seu temps i esforç contribueixen al desenvolupament de nou coneixement a l'abast de la societat. En aquest sentit, és important garantir no només la difusió adequada dels resultats de la investigació, sinó el seu dret a estar informats adequadament de les conseqüències que del seu aprofitament se'n deriven. Finalment, en tant que investigadors, aquestes publicacions han de complir també el compromís de fer públics no només aquests resultats que són coherents amb els objectius i hipòtesis de les investigacions, sinó de fer constar raonablement les limitacions que tenen amb relació a la seva generalització, així com facilitar a la comunitat científica les condicions necessàries per a la seva replicació de manera independent.

2. L'entrevista

2.1. Introducció

Encara que l'orientació d'aquests materials és eminentment pragmàtica, entenem que és necessària una breu contextualització històrica que ens situï davant d'una de les principals eines d'investigació social com és l'entrevista.

Lectura recomanada

Per a una síntesi històrica de l'ús de l'entrevista, podeu consultar:

J. R. Platt (2002). "The history of the interview". A: J. F. Gumbrium; J. A. Holstein (editors). *Handbook of Interview Research* (pàg. 33-54). Londres: Sage.

M. S. Vallés (2002). "Entrevistas cualitativas". *Cuadernos Metodológicos* (núm. 32). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

La conversa és una de les formes més antigues d'obtenció de coneixement (Kvale, 1998). Recordem, per exemple, la dialèctica socràtica o la confessió en la tradició cristiana.

Encara que l'inici de la llarga història de l'entrevista com a mètode de camp en la investigació social se sol situar en l'estudi de Mayhew (1851), "London Labour and the London Poor", en què s'empra una entrevista "no estructurada o informal", no és fins a les dècades de 1920, 1930 i 1940 quan es fan les majors contribucions a la formalització de les entrevistes qualitatives d'investigació, des de la sociologia, l'antropologia, la psicologia i el periodisme, amb noms propis com Elton Mayo, Robert K. Merton o Carl R. Rogers (Vallés, 2002).

Rogers va ser, des de la psicoanàlisi, un dels pioners en l'ús d'entrevistes terapèutiques no dirigides i en l'ús del magnetòfon per a registrar les entrevistes, i la seva posterior transcripció, que constitueix un referent bàsic per al desenvolupament d'entrevistes qualitatives d'investigació, com les que proposen Merton i Kendall (1946).

Tal com ens comenta Vallés (2002), l'expressió *focused interview* s'atribueix a Robert K. Merton i Patricia L. Kendall, pel seu article publicat el 1946 en *The American Journal of Sociology*, en què la diferencien de l'entrevista en profunditat, ja que l'entrevista focalitzada requereix una anàlisi prèvia de la situació objecte d'estudi dels investigadors/entrevistadors (Merton i Kendall, 1946).

Lectures recomanades

Algunes publicacions clau en la configuració de les entrevistes qualitatives són:

R. Atkinson (1998). *The life story interview*. Thousand Oaks, CA: Sage.

J. A. Holstein; J. F. Gubrium (1995). *The active interview*. Thousand Oaks, CA: Sage.

S. Kvale (1996). *Interviews. An introduction to qualitative research interviewing*. Londres: Sage.

H. J. Rubin; I. S. Rubin (1995). *Qualitative interviewing. The art of hearing data*. Londres: Sage.

R. S. Weiss (1994). *Learning from strangers. The art and method of qualitative interview studies*. Nova York: The Free Press.

En les dècades de 1950 i 1960 apareixen diverses obres que descriuen les entrevistes com a mètode d'investigació, i hi aprofundeixen, entre les quals destaca l'article "Dimensions of the Depth Interview" publicat per Raymond L. Gordon el 1956, en el volum 62 de *The American Journal of Sociology*, i en què defineix l'*entrevista en profunditat*.

Durant els últims quaranta anys han sorgit diversos enfocaments i actituds sobre les entrevistes qualitatives, molts dels quals accentuen la seva oposició i el seu distanciament respecte d'enfocaments típicament quantitius.

Per a Platt (2002), la història de l'entrevista qualitativa és circular, ja que tendim a tornar als seus plantejaments inicials, amb un alt grau de llibertat i d'iniciativa de l'entrevistador.

Després d'aquesta succinta revisió històrica sobre l'origen i desenvolupament de les entrevistes, al llarg de les línies següents ens aproximem a l'entrevista com a tècnica de recollida de dades típicament qualitativa, delimitem els principals usos i funcions d'aquesta tècnica i fem algunes consideracions per al seu disseny i desenvolupament.

Esperem respondre així a qüestions típiques que qualsevol investigador s'ha de plantejar quan emprèn el disseny de la seva investigació:

Per què hauria d'utilitzar l'entrevista? En quina mesura les dades obtingudes mitjançant l'entrevista i la interacció amb els participants contribueixen a assolir els objectius de la meua investigació? És l'entrevista qualitativa la millor opció per al meu propòsit?

Com construeixo l'entrevista i selecciono els informants? Com he de procedir i comportar-me en el desenvolupament de l'entrevista?

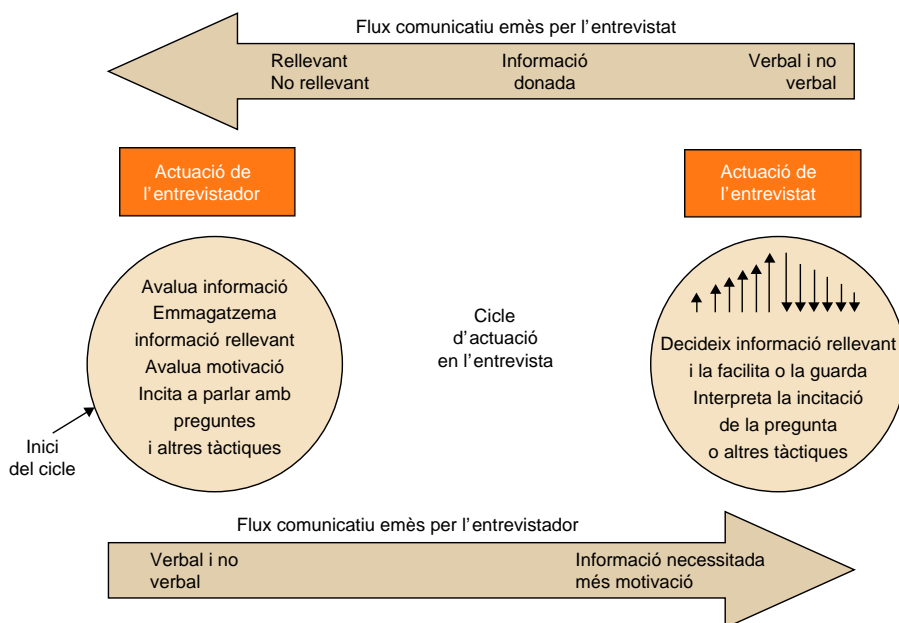
2.2. L'entrevista com a tècnica d'investigació qualitativa

L'entrevista és, segurament, juntament amb l'observació i anàlisi de contingut, un dels principals instruments de la investigació qualitativa. La comprensió, conceptualització i pràctica de les entrevistes qualitatives exigeix la revisió de les perspectives paradigmàtiques de la investigació qualitativa.

La fenomenologia i, concretament, l'interaccionisme simbòlic i l'etnometodologia, constitueixen un dels marcs més importants per a comprendre i desenvolupar l'entrevista, ja que es basen en el *verstehen*, en la comprensió i interpretació del que han dit i sentit altres.

Així mateix, el model contextual de comunicació proposat per Gorden (1969), en el qual planteja una relació comunicativa triàdica entre entrevistat, entrevistador i informació, resulta excel·lent per a comprendre el desenvolupament de l'entrevista (vegeu la figura 1):

Figura 1. Model teòric de comunicació i interacció social en la situació d'entrevista qualitativa



Font: Vallés, 2002 (pàg. 48)

2.2.1. Definició i usos de l'entrevista

Hi ha moltes i variades definicions de l'*entrevista* (per exemple: Albert, 2007; Massot, Dorio i Sabariego, 2004; Riba, 2009; Rodríguez, Gil i García, 1999; Rubin i Rubin, 1995; Ruiz-Olabuénaga, 2007; Taylor i Bogdan, 1986; Vallés, 2002), fruit de la història i diversitat d'enfocaments ja comentats, però totes consideren, a grans trets, que l'entrevista, en el marc de la investigació social, consisteix en un intercanvi oral entre dues o més persones per tal d'assolir una major comprensió de l'objecte d'estudi, des de la perspectiva de la persona o les persones entrevistades.

Així, per exemple, Rodríguez, Gil i García (1999) consideren que "la entrevista es una técnica en la que una persona (entrevistador) solicita información de otra o de un grupo (entrevistados, informantes), para obtener datos sobre un problema determinado" (pàg. 165).

Per a saber-ne més

H. G. Gadamer (2001). *Verdad y método I*. Salamanca: Sígueme.

D. Rodríguez; J. Valdeoriola (2009). *Metodología de la investigación*. Barcelona: UOC.

Per la seva banda, Ruiz-Olabuénaga, Aristegui i Melgosa (2002) entenen l'entrevista com "una tècnica d'obtenir informació, mitjançant una conversa professional amb una o diverses persones per a un estudi analític d'investigació o per a contribuir en els diagnòstics o tractaments socials" (pàg. 76).

Des de l'ampli àmbit de la investigació social, Corbetta (2003) ens proposa una definició analítica de l'*entrevista*, com una conversa: "a) provocada por el entrevistador; b) dirigida a sujetos elegidos sobre la base de un plan de investigación; c) en número considerable; d) que tiene una finalidad de tipo cognoscitivo; e) guiada por el entrevistador, y f) sobre la base de un esquema flexible y no estandarizado de interrogación" (pàg. 368).

McMillan i Schumacher (2005), des del seu manual sobre investigació educativa, es refereixen a les entrevistes com a "preguntas con respuesta abierta para obtener datos sobre los significados del participante: cómo conciben sus mundos los individuos y cómo explican o dan sentido a los acontecimientos importantes de sus vidas" (pàg. 458).

Finalment, Mary E. Brenner (2006) defineix l'*entrevista* com a procediment mitjançant el qual s'"intenta comprendre els informants en els seus propis termes i com interpreten les seves pròpies vides, les seves experiències i els seus processos cognitius" (pàg. 357).

En termes generals, podem considerar que una entrevista s'utilitza per a complir funcions com (Rodríguez, Gil i García, 1999): 1) obtenir informació d'individus; 2) influir la conducta, opinions o sentiments de les persones, o 3) exercir un efecte terapèutic.

No obstant això, en el camp específic de la investigació social, el propòsit de qualsevol entrevista és recollir informació d'un participant sobre un objecte d'estudi determinat, a partir de la seva interpretació de la realitat.

Referent a les característiques d'una "bona" entrevista, aquestes varien en funció de l'enfocament o perspectiva en què se situï l'investigador-entrevistador. Brenner (2006) ens comenta que el disseny i el desenvolupament de l'entrevista variarà en funció de si les seves influències provenen de l'antropologia cultural, l'antropologia cognitiva, les ciències cognitives o la psicologia del desenvolupament.

Completem les definicions anteriors amb una llista de les principals característiques atribuïdes a les entrevistes (Gilham, 2005; Manson, 2002; Riba, 2009):

- És un procediment destinat a obtenir informació verbal.
- Representa una dinàmica interactiva en la qual, bàsicament, l'entrevistador pregunta i l'entrevistat respon, la qual cosa possibilita un

cert grau de "reajustament" (aclariment i exploració) en les preguntes i respostes, ja sigui cara a cara, telefònicament o *online*.

- Segueixen un estil relativament informal, que podria definir-se com una "conversa amb propòsit explícit".
- Les preguntes o els temes tractats en l'entrevista són oberts, de manera que l'entrevistat pugui oferir una resposta pròpia.
- L'objectiu no és contrastar idees, creences o supòsits, sinó aproximar-se a les idees, a les creences i als supòsits de la persona entrevistada, i comprendre'ls.
- Moltes entrevistes qualitatives es basen en el fet que el coneixement és situat i contextual i que, per tant, la tasca de l'entrevistador és procurar generar el context adequat perquè aquest coneixement s'evidenciï.
- L'entrevistador emprà tàctiques de persuasió per a motivar l'entrevistat a respondre de manera adequada.
- L'entrevistador registra en diversos suports la informació obtinguda durant l'entrevista.

Malgrat els aspectes comuns a qualsevol entrevista, hi ha una gran diversitat d'entrevistes que generen dades diferents, per a diferents tipus d'investigacions i diferents classes d'investigadors (Russell, 2006). En la taula següent resumim alguns dels diferents tipus d'entrevistes existents, segons el criteri utilitzat per a la seva classificació.

Lectura recomanada

Per aprofundir en les característiques dels principals tipus d'entrevistes, cara a cara i a distància, reviseu:

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

B. Gilham (2005). *Research interviewing. The range of techniques*. Berkshire: Open University Press.

Resulta fonamental assenyalar que les tipologies d'entrevistes corresponents als diferents criteris no són excloents. Així, per exemple, podem parlar d'una *entrevista estructurada i inicial*.

Així mateix, hem de tenir en compte que com ocorre amb els mètodes d'investigació i altres tècniques de recollida de dades, en termes absoluts, un tipus d'entrevista no és millor que un altre, ja que la seva elecció depèn del propòsit de la nostra investigació.

Taula 1. Tipus d'entrevista

criteri	Tipologia	Característiques
Estructura i disseny	Estructurada	L'entrevistador organitza prèviament les preguntes, normalment tancades, partint d'un guió preestablert, seqüenciat i guiat, i deixa marge perquè l'entrevistat pugui sortir del guió marcat.
	Semiestructurada	Part d'un guió que predetermina la informació que es requereix. En aquest cas les preguntes són obertes, la qual cosa possibilita més flexibilitat i matisos en les respostes.
	No estructurada	A diferència de les anteriors, es fa sense cap guió previ, amb l'únic referent de les temàtiques o dels àmbits d'interès per a la investigació. Aquest tipus d'entrevista requereix una gran preparació de l'entrevistador per a conduir entrevistes i un coneixement elevat sobre la temàtica abordada.
Moment	Inicial o exploratòria	Tracta d'identificar aspectes rellevants d'una situació o objecte d'estudi determinats, per a proporcionar a l'entrevistador una primera impressió o un primer acostament sobre el fenomen estudiat.
	Desenvolupament o seguiment	L'objectiu d'aquest tipus d'entrevistes és doble. D'una banda, tracta de descriure l'evolució o el procés d'un aspecte o fenomen determinats i, de l'altra, s'utilitza per a aprofundir en la comprensió de l'objecte d'estudi.
	Finals	Se sol utilitzar per a contrastar informació al final del procés d'investigació o informar l'entrevistat sobre assumptes determinats.
Nombre de subjectes	Individual	Únicament hi ha un entrevistat.
	Grupal	Són entrevistes que es fan a dos o més individus de manera simultània.
Extensió de l'objecte d'estudi	Focalitzades o monotemàtiques	Se centra en un aspecte concret vinculat a la investigació. Implica una preparació prèvia de l'entrevistador sobre el fet de referència i no busca informació objectiva, sinó la percepció de l'entrevistat sobre l'objecte d'estudi.
	No focalitzades	Són entrevistes que inclouen un ampli espectre de temes i que, amb freqüència, solen ser preparatòries, exhaustives i de llarga durada.
Profunditat	Superficials	Busquen valors objectius útils per a la investigació i no requereixen una relació consolidada entre l'entrevistador o l'entrevistat. Es tracta, simplement, d'un diàleg.
	En profunditat	Requereix que a l'inici de l'entrevista es creï un vincle consolidat entre entrevistat i entrevistador, de manera que a mesura que s'avança en l'entrevista, l'entrevistat vagi evidenciant aspectes més íntims sobre la seva comprensió del fenomen estudiat.
Rol de l'entrevistador	Directives	L'entrevistador adopta un rol actiu que no propicia l'asimetria ni la reciprocitat entre entrevistat i entrevistador. Tenen un alt grau d'estructuració.

Criteria	Tipologia	Característiques
	No directives	L'entrevistador adopta un rol més passiu, però interessat i atent que li permet avançar en profunditat, i treuen a la llum la percepció que té el subjecte sobre un fenomen determinat.

Font: Corbetta, 2003; Massot, Dorio i Sabariego, 2004; Riba, 2009; Ruiz-Olabuénaga, 2007 i Russel, 2006

Al marge de les tipologies d'entrevistes comentades en la taula precedent, el desenvolupament tecnològic està impulsant l'ús, cada vegada més comú, de les entrevistes *online*, desenvolupades tant des del correu electrònic individual, com en llistes de distribució, sales de xat, missatgeria instantània o videoconferències.

El propòsit d'aquestes entrevistes *online* és el mateix que el de qualsevol altra entrevista: obtenir informació d'un o diversos participants sobre un objecte d'estudi determinat.

Sens dubte, el desenvolupament d'entrevistes *online* implica la necessària consideració de tota una sèrie d'aspectes tecnològics (Lichtman, 2006): 1) velocitat i qualitat de la connexió a Internet; 2) avaries en el sistema informàtic i pèrdua de dades; 3) competència tecnològica de l'entrevistador i l'entrevistat; 4) absència del llenguatge no verbal.

Tal com ja s'ha comentat, l'entrevista qualitativa és un dels mètodes més utilitzats en investigació qualitativa, moltes vegades de manera acrítica o poc reflexiva, sense valorar l'adequació real d'aquesta tècnica de recollida de dades a les característiques de la investigació que es pretén desenvolupar.

L'elecció de qualsevol instrument o tècnica per a la recollida de dades en el nostre disseny d'investigació s'ha de fer necessàriament en relació amb el seu propòsit i en coherència amb la fonamentació epistemològica i ontològica de la investigació.

Alguns dels arguments utilitzats generalment per a justificar l'ús de les entrevistes qualitatives en investigació són (Manson, 2002 i Vallés, 1999):

- La fonamentació metodològica de la investigació suggereix que el coneixement, perspectives, experiències i interaccions de les persones són aspectes significatius de la realitat social que s'està investigant.
- L'enfocament metodològic utilitzat permet justificar o legitimar les dades procedents de les converses amb els participants en la investigació.
- Si es considera que el coneixement és contextual, situacional i interactiu, hem d'utilitzar les entrevistes per a evocar situacions socials en què aflori aquest coneixement.

- És convenient utilitzar les entrevistes si es considera que la manera com les explicacions i argumentacions socials són construïdes depèn de la profunditat, dels matisos i de la complexitat de les dades.
- Quan optem per l'entrevista hem d'assumir que l'investigador és actiu i reflexiu en el procés de generació de dades, més que un element neutral.
- Des d'una perspectiva molt més pragmàtica, optarem per l'entrevista, quan les dades que ens interessin no puguin ser recollides de cap altra manera.
- La utilització de l'entrevista pot resultar adequada per a la construcció d'un bon instrument de mesurament, tipus qüestionari, o per a la preparació d'entrevistes en profunditat (ús exploratori i preparatori).
- Les entrevistes també resulten una bona opció per a la triangulació de dades (combinant-la amb altres instruments), ja que ens proporcionen una aproximació diferent del mateix objecte d'estudi (ús de contrast, il·lustració o aprofundiment).
- Finalment, s'optarà per l'entrevista quan el posicionament ètic de la investigació defensi que els participants han de tenir més llibertat i control sobre l'"interrogatori" que el que els permeten, per exemple, els qüestionaris altament estandarditzats.

Completem aquesta aproximació a la definició i concreció de l'entrevista, com a tècnica per a la recollida de dades, amb una revisió dels seus principals avantatges i inconvenients.

Encara que succintament podem considerar que el principal avantatge de les entrevistes és la riquesa de la informació que ens proporcionen, i la seva limitació essencial és la dificultat per a extrapolar les dades a altres casos, en la taula següent concretarem amb alguna cosa més de detall alguns dels seus avantatges i limitacions:

Taula 2. Principals avantatges i inconvenients de les entrevistes

Avantatges	Limitacions
<ul style="list-style-type: none"> • Permet l'obtenció d'informació rica i contextualitzada, des de la perspectiva de la persona entrevistada. • La seva interactivitat i flexibilitat permet reajustar i aclarir preguntes i respostes. • Proporciona, en els moments inicials d'una investigació, orientacions que permeten concretar el disseny o preparar altres instruments. • Afavoreix la transmissió d'informació no superficial. • Sol ser un complement/contrapunt eficaç a les dades i informacions obtingudes mitjançant instruments quantitius. 	<ul style="list-style-type: none"> • A diferència d'altres tècniques, l'entrevista implica un gran consum de temps, tant en el seu desenvolupament, com en el tractament posterior de les dades. • Proporciona informació indirecta, filtrada des de la perspectiva dels entrevistats. • Proporciona informació en un lloc designat i no en el context natural. • La presència de l'investigador pot esbiaixar les respostes. • No totes les persones s'expressen de la mateixa manera i són igual de perceptives. • En comparació dels grups de discussió, l'entrevista no produeix la informació fruit de les sinergies i efecte <i>bola de neu</i> propi del grup.

2.2.2. Comparació amb altres tècniques d'investigació

La conversa i la interrogació són estratègies habituals per a la recopilació de dades i informació i que constitueixen la base d'algunes de les principals tècniques utilitzades en la investigació social com poden ser els qüestionaris, tests, grups de discussió o *focus group* i entrevistes, entre d'altres.

Encara que al llarg d'aquests materials s'aborden amb més detall les característiques dels qüestionaris (vegeu l'apartat 1, "El qüestionari", d'aquest mateix mòdul) i els grups de discussió (vegeu l'apartat 1 del mòdul 2) no està de més establir aquí les seves principals diferències abans d'abordar el disseny i el desenvolupament de les entrevistes.

Els *focus group* són un tipus específic d'entrevista grupal, el propòsit de la qual és proporcionar l'oportunitat als membres d'un grup d'interaccionar amb la resta, cosa que n'estimula reflexió sobre l'objecte d'estudi, sense pretendre arribar a un consens.

Referent als tests i qüestionaris, encara que es poden administrar oralment, com les entrevistes, es tracta d'instruments altament estructurats, tant en el seu contingut com metodològicament. Tal com ens comenta Brenner (2006), els qüestionaris se solen utilitzar per a recollir informació molt concreta o determinar la freqüència d'aparició de respostes determinades partint d'unes categories preestablertes. Per la seva part, els tests poden dissenyar-se per a determinar el coneixement dels individus, que integren la mostra de la investigació, sobre un fenomen determinat.

El qüestionari i l'entrevista responen a dos paradigmes d'investigació clarament oposats, la qual cosa no impedeix que ambdós instruments puguin utilitzar-se conjuntament en una mateixa investigació.

A continuació, detallem, a partir de Corbetta (2003) algunes de les principals diferències entre els qüestionaris i les entrevistes com a tècniques i/o instruments per a la recollida de dades, i que poden resultar-nos útils per a justificar la utilització dels uns o de les altres en les nostres investigacions:

- Estandardització: és segurament la diferència més important i clara entre qüestionari i entrevista. Mentre que les entrevistes possibiliten comprendre en més profunditat, sense idees, ni categories predeterminades, l'objecte d'estudi a partir de la reflexió i perspectiva de l'entrevistat, els qüestionaris condicionen les respostes a uns esquemes preestablerts.
- Comprensió davant documentació: el qüestionari és utilitzat com a instrument per a recollir informació sobre les opinions, les característiques o els comportaments de les persones. En canvi, l'entrevista, com a instrument d'investigació, s'utilitza per a comprendre la realitat des de les persones.
- Mostreig: quan s'utilitza l'entrevista, fins i tot sistematitzant la selecció de subjectes que cal entrevistar, no es pretén fer un mostreig representatiu de la població, una cosa bastant més habitual en la utilització del qüestionari.
- Criteri centrat en el subjecte davant criteri centrat en les variables: en l'anàlisi de les dades procedents de les entrevistes, l'objectiu principal no sol ser aïllar variables per a estudiar les relacions que s'estableixen entre elles, sinó reconstruir històries per a una comprensió millor de la realitat des de la individualitat.

2.3. El disseny i desenvolupament d'una entrevista

Després de la delimitació conceptual de l'entrevista, la concreció dels seus principals usos i funcions, i la revisió d'alguns dels avantatges i inconvenients que ens permeten prendre una decisió fonamentada sobre la bondat de l'entrevista per al nostre disseny d'investigació, som en disposició d'emprendre'n el disseny i desenvolupament.

El disseny i desenvolupament d'una entrevista pot resultar una tasca molt més complexa que, per exemple, la construcció i aplicació d'un qüestionari altament estructurat. Tal com ens comenten Holstein i Gubrium (1995), una bona entrevista qualitativa resulta un treball dur, creatiu i actiu.

En el disseny i desenvolupament de l'entrevista no hem d'oblidar mai que el nostre propòsit és escoltar el que ens ha de dir la persona entrevistada, utilitzant el seu propi llenguatge (Litchman, 2006).

Encara que organitzem aquest epígraf final en tres seccions (guió d'entrevista, mostreig i conducció), a la pràctica, totes elles es troben íntimament relacionades. Així, per exemple, si bé partim del disseny del guió d'entrevista, és necessari iniciar el treball de camp per a perfeccionar aquest guió (Vallés, 1999).

2.3.1. El guió de l'entrevista

El disseny d'una entrevista és irremeiablement condicionat pel disseny d'investigació en el qual s'emmarca, i del qual forma part, així com per la utilització o no d'altres tècniques i instruments quantitativs i/o qualitativs.

Els aspectes que abordem sobre el disseny estan relacionats amb el títol que dóna nom a aquest apartat: el guió d'entrevista.

"[...]el guió de las entrevistas en profundidad contiene los temas y subtemas que deben cubrirse, de acuerdo con los objetivos informativos de la investigación, pero no proporciona las formulaciones textuales de preguntas ni sugiere las opciones de respuestas. Más bien se trata de un esquema con los puntos a tratar, pero no se considera cerrado y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente."

Vallés (1999, pàg. 204)

En la taula 3 mostrem un fragment d'un guió d'entrevista semiestructurada.

Taula 3. Guió d'entrevista sobre abandonament universitari

• **A) Quines informacions i activitats vinculades a l'elecció de la universitat i la titulació vas rebre abans de matricular-vos? Com les valoreu?**

- (Des de l'institut, la família, la universitat, els amics, etc.)

• **B) Quines accions d'orientació i tutoria us van resultar de més utilitat en el moment d'incorporar-vos a la universitat? Per què?**

- (Jornades de portes obertes, visites de la universitat a l'institut, dia de la família, visites al campus, saló de l'ensenyament, pàgina web, sessions individualitzades, tutories amb les famílies, fullets informatius, xerrades i sessions informatives, jornades d'acollida, jornades d'orientació, estudiants-assessors, tutoria individual, assignatures propedèutiques, etc.)

• **C) Per què vas elegir la titulació que vas estudiar i la universitat on la vas començar a fer?**

- (Proximitat geogràfica, bona reputació, referència d'amistats i familiars, pels seus serveis, per les seves sortides professionals, per l'ambient, per les qualificacions acadèmiques, per vocació, etc.)

Tal com ocorre amb qualsevol altre instrument per a la recollida de dades, l'entrevista deriva de les preguntes d'investigació, dels objectius i de les hipòtesis del nostre estudi.

Així, per exemple, Wengraf (2001) diferencia entre les preguntes d'investigació o "preguntes de teoria", formulades en un llenguatge tècnic i propi dels investigadors, i les "preguntes d'entrevista", derivades de les anteriors i formulades en un llenguatge molt més pròxim als entrevistats.

En aquesta mateixa línia, Kvale (1996) diferencia entre "preguntes temàtiques d'investigació", equivalents a les preguntes de teoria, i les "preguntes dinàmiques", utilitzades directament en l'entrevista i formulades en un llenguatge més col·loquial (vegeu la taula 4):

Taula 4. Preguntes d'investigació i preguntes d'entrevista

Preguntes d'investigació	Preguntes d'entrevista
Quina forma de motivació per a l'aprenentatge domina a l'escola secundària?	Et resulten importants les assignatures que estudies?
	Et resulta interessant en si mateix l'aprenentatge?
La graduació educativa promou una motivació externa, instrumental, a compte d'una d'intrínseca per l'aprenentatge?	Quin és el teu propòsit principal en acudir a l'institut?
	T'han recompensat amb diners per les bones notes?

Font: Kvale, 1996 (pàg. 131)

La majoria de propostes per a la construcció del "guió d'entrevista" a partir de les preguntes d'investigació són molt similars (per exemple, Kvale, 1996; Vallés, 2002; Wengraf, 2001). El procediment que detallem a continuació s'ha generat a partir del proposat per Gilham (2006).

Identificació de tòpics/temàtiques

En primer lloc, hem de concretar les grans temàtiques que volem abordar en la nostra entrevista, sens dubte, en coherència amb els plantejaments previs del nostre disseny d'investigació.

Lectures recomanades

Per tal d'aprofundir en els diferents tipus de preguntes que poden utilitzar-se en una entrevista, recomanem la lectura de l'apartat dedicat a les entrevistes en profunditat, del capítol 11 de l'obra següent:

J. H. McMillan; S. Schumacher (2005). *Investigación educativa* (5a. ed.). Madrid: Pearson Educación.

Així mateix, us aconsellem la lectura del capítol 9 de l'obra següent:

G. Rodríguez; J. Gil; E. García (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Màlaga: Aljibe.

Una bona estratègia sol ser una "pluja d'idees" sobre totes les qüestions que se'ns ocorrin, i que després hem de reorganitzar:

- Unificar qüestions que tracten bàsicament sobre el mateix aspecte.
- Agrupar les qüestions per categories o temes.
- Identificar una seqüència narrativa i ordenar les preguntes consegüentment.

Aquesta reorganització ens ha de permetre decidir si hem de continuar buscant noves preguntes i nous temes o, al contrari, n'hem d'eliminar alguns.

Altres fonts temàtiques

En funció de la fonamentació epistemològica de la nostra investigació, pot resultar oportú (i habitual) completar la pluja d'idees anterior amb temàtiques obtingudes a partir de (1) la revisió de la literatura i (2) suggeriments d'experts en l'àrea de coneixement que s'està abordant, mitjançant, per exemple, l'aplicació de la tècnica Delphi.

Depuració i revisió de les possibles preguntes

En aquesta tercera fase, s'han de revisar totes les preguntes per a intentar reduir-les als aspectes essencials. Gilham (2006) suggereix dues fases per a fer aquesta tasca: (1) agrupar les preguntes en categories temàtiques, i (2) organitzar les preguntes diferents seguint algun tipus de lògica "narrativa" i situar en paral·lel les preguntes que resulten més o menys equivalents (vegeu la taula 5):

Taula 5. Depuració i revisió de preguntes

Us resulta complicat sortir-vos-en econòmicament?	
En quina mesura les dificultats econòmiques han afectat els vostres estudis?	Com afecten els problemes econòmics la vostra habilitat per a estudiar?
Quin paper té la feina remunerada en la vostra situació econòmica?	En quina mesura us resulta necessari guanyar diners per a mantenir-vos?
Quin tipus d'ajut econòmic rebeu?	
Com veieu les vostres dificultats en comparació d'altres estudiants?	

Font: Gilham, 2006 (pàg. 20-21)

A partir d'aquí, hem de plantejar-nos quines preguntes resulten fonamentals, quines podem eliminar i si les preguntes paral·leles poden fusionar-se i millorar. Resulta fonamental que, en aquest procés de depuració, tinguem molt clar el tipus d'entrevista que desenvoluparem. Així, per exemple, si estem desenvolupant una entrevista en profunditat, semiestructurada, intentarem reduir el nombre de categories temàtiques i qüestions vinculades, de manera que la persona entrevistada disposi de més llibertat en les seves respostes.

L'efectivitat de l'entrevista depèn, en gran manera, de la seqüència en la qual es presentin les preguntes. Encara que l'ordre de les preguntes varia en funció de l'estil i experiència de l'entrevistador, i de la persona entrevistada, hi ha alguns criteris per considerar. Les preguntes demogràfiques poden aparèixer al llarg de tota l'entrevista o concentrar-se en la part final. Les preguntes més complexes o delicades solen reservar-se per al punt àlgid i central de l'entrevista, quan l'interès del participant és més gran. Conseqüentment, és preferible començar l'entrevista per qüestions descriptives que, a poc a poc, vagin conduint cap a qüestions més complexes.

Tot el procediment de depuració i revisió de preguntes requereix un alt grau de rigor i sistematicitat, que permeti aportar evidències i justificar a tota hora el procediment seguit en la construcció del nostre "guió d'entrevista".

Millora de la redacció i el format de les preguntes

Arribats a aquest punt, hem de tornar a revisar totes les preguntes, assegurant la seva claredat en la formulació: 1) aportant més descriptors i sinònims, si resulta necessari; i 2) evitant les preguntes compostes.

Provant les preguntes

Una vegada seleccionades i refinades les preguntes de la nostra entrevista, hem de provar-les amb alguna persona de característiques similars a les persones que conformaran la mostra de la nostra investigació.

No obstant això, abans d'arribar a aquest punt, sol ser recomanable que algun col·lega o expert independent faci una nova revisió de les preguntes, i n'asseguri la importància, pertinència i claredat.

En aquesta primera prova de l'entrevista, hem de valorar tant les respostes de la persona entrevistada, comprovant fins a quin punt l'entrevista compleix els seus objectius, com les dificultats de comprensió o qualsevol altra deficiència que aquesta persona ens evidenciï.

Concretament, durant aquesta primera prova hem de poder respondre a qüestions com les que segueixen:

- Què fa que les preguntes funcionin o no?
- Apareixen preguntes redundants que hàgim d'eliminar?
- Sorgeixen qüestions clau que no havíem considerat?
- L'ordre de les preguntes és el més adequat?
- Les categories temàtiques són correctes?

Prova pilot

A diferència de la fase anterior, durant la prova pilot utilitzem ja un prototip avançat, pràcticament final, de la nostra entrevista en una "situació real", amb dues o tres persones. En aquesta ocasió, no se sol·licita cap tipus de *feedback* sobre el funcionament de l'entrevista, sinó que ens hem de limitar a comprovar directament com funciona i, fins i tot, transcriure i analitzar les dades per a veure si compleix el seu propòsit.

Fruit d'aquesta prova pilot, podem introduir petits canvis o reajustaments en l'entrevista.

2.3.2. El mostreig en l'entrevista

La selecció de participants en l'entrevista és una part intrínseca del seu disseny i, per associació, del disseny general de la investigació.

En la selecció de les persones entrevistades hem de considerar tant el propòsit de l'estudi, com la fiabilitat dels subjectes.

Encara que no és la nostra intenció fer una revisió exhaustiva dels tipus de mostres existents, ni de tots els criteris que podem utilitzar, ja que per a això hi ha multitud de manuals sobre investigació (per exemple, Denzin i Lincoln, 2005; Latorre, Arnal i Del Rincón, 2004; Rodríguez-Osuna, 1993; Taylor i Bogdan, 1987; Vallés, 1999), enumerem breument els *criteris mestres de mostreig qualitatiu* proposats per Vallés (1999):

a) Aproximació a l'univers dels entrevistats: en un primer moment, hem d'utilitzar totes les fonts disponibles i al nostre abast (estudis previs, censos, experiències anteriors, etc.) per a obtenir coneixements sobre la mida, característiques sociodemogràfiques o qualsevol altra variable de segmentació rellevant per a construir una primera tipologia.

b) Criteris de marginalitat, normalitat o excel·lència: són criteris utilitzats quan s'opta per entrevistar únicament alguns perfils sociològics. La utilització d'aquests perfils és habitual en les *històries de vida*, en què la casualitat també té un paper important en la selecció d'entrevistats (Ruiz-Olabuénaga i Ispizua, 1989).

c) Casos clau, especials i representatius: són tres criteris que podem utilitzar en la selecció d'entrevistats. Els "informants clau" poden no aportar informació directament vinculada als objectius de l'entrevista, però sí que proporcionen informació sobre l'escenari i ens faciliten l'accés. La persona entrevistada clau sí que respon directament als objectius de la nostra entrevista, i és seleccionada per la posició única que ocupa en el seu grup, comunitat o organització estudiada. Finalment, les persones entrevistades representatives, tot i que aporten informació vinculada als nostres objectius, es tracta d'informació menys específica i rellevant.

d) Mostreig seqüencial conceptualment conduït: s'identifica amb el mostreig teòric propi de plantejaments qualitatius. El mostreig qualitatiu és flexible, iteratiu i emergent. És un procés seqüencial, provisional i en contínua revisió, que no busca la representació estadística. Es basa en els criteris d'heterogeneïtat i economia. La mida de la mostra sol determinar-se pel principi de "saturació". És a dir, quan les persones entrevistades deixen d'aportar-nos informació addicional i diferenciada sobre les diferents categories que estem estudiant, hem de deixar de fer entrevistes.

e) Criteris mostrals de naturalesa pràctica: a més dels criteris ja comentats, hi ha unes qüestions pràctiques que hem de considerar en la selecció de les persones entrevistades: 1) qui té la informació rellevant?; 2) d'entre els informats, qui és més accessible físicament i socialment?; 3) d'entre els informats i accessibles, qui està disposat a informar?; 4) d'entre els informats, accessibles i disposats qui és més capaç d'informar amb precisió?

f) Sobre la durada i repetició de les entrevistes: en les investigacions de caràcter biogràfic és habitual fer "entrevistes repetides", és a dir, més d'una entrevista de llarga durada (entre una hora i hora i mitja) a la mateixa persona. Les entrevistes que donen lloc a històries de vida i autobiografies assistides solen tenir una durada molt superior a aquesta hora i mitja que acabem de comentar.

2.3.3. La conducció de l'entrevista

Les entrevistes qualitatives són més un procés que una simple llista de preguntes. Per això és tan complexa aquesta tècnica; la principal dificultat rau a obtenir un relat fluid, profund, sincer i fins i tot emocional de la persona entrevistada.

Lectures recomanades

Podeu trobar més informació sobre el desenvolupament de l'entrevista en el capítol 9 de l'obra següent:

B. H. Russel (2006). *Research methods in anthropology*. Oxford: Rowman & Littlefield Pub.

També us suggerim el capítol 4 de l'obra següent:

M. Vallés (2002). "Entrevistas cualitativas". *Cuadernos Metodológicos* (núm. 32). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Aquest apartat se centra precisament en aquest procés de l'entrevista, que podem fragmentar en diversos moments clau i en el qual hem de conèixer i aplicar algunes tècniques o estratègies essencials.

"[...] la entrevista se concibe como una interacción social entre personas gracias a la que va a generarse una comunicación de significados: una persona va a intentar explicar su particular visión de un problema, la otra va a tratar de comprender o interpretar esa explicación."

Rodríguez, Gil i García (1999, pàg. 171)

Encara que no resulta senzill ni convenient oferir regles generals d'actuació per al desenvolupament d'una entrevista, ja que depèn a tota hora de l'objectiu i contingut de cada entrevista, de les característiques de les persones que interaccionen i del context en el qual té lloc, oferim alguns suggeriments per als quatre moments clau del desenvolupament d'una entrevista, a partir de les propostes de Corbetta (2003) i Lichtman (2006), entre d'altres.

Preliminars de l'entrevista

Els primers moments de la relació entre l'entrevistador i l'entrevistat solen resultar determinants, ja que és aquí quan s'exploren mútuament les reaccions i s'estableix el grau de confiança entre ambdós.

Durant aquesta fase resulta convenient explicar 1) per què som allà, 2) quin és el nostre propòsit, 3) què farem amb la informació obtinguda de l'entrevista, 4) quant de temps durarà l'entrevista i, 5) si resulta necessari, en quina mesura i com assurem la confidencialitat de l'entrevista.

Així mateix, si la situació ho requereix, hem de sol·licitar un permís formal i per escrit per a desenvolupar l'entrevista, sobretot, quan es tracta de menors. En aquesta mateixa línia, si pretenem registrar l'entrevista en àudio i fins i tot en vídeo, abans d'iniciar aquest enregistrament també hem de sol·licitar l'autorització corresponent per part dels entrevistats o dels seus representants legals.

Inici de l'entrevista

Tal com ens comenten Rodríguez, Gil i García (1999), l'inici d'una entrevista és similar a l'inici de qualsevol conversa. Com ja esmentem, durant aquests primers moments hem de guanyar-nos la confiança de l'entrevistat i establir-hi la relació comunicativa adequada (*rapport*). Per a aconseguir aquest *rapport* hem d'utilitzar un llenguatge pròxim a l'entrevistat, iniciar una xerrada distesa sobre algun aspecte vinculat a l'estudi, però no nuclear, repetir les explicacions de l'informant usant les seves pròpies paraules, fonamentar el que diu, preguntar sobre algun aspecte superficial, etc. de manera que es vagi generant un clima de confiança, confortable i l'entrevistat percebi que l'entrevista serà senzilla i que en cap moment no contrastarem els seus coneixements, jutjar-lo o posar-lo en una situació compromesa.

Somriure, assentir, mostrar una actitud d'escolta activa o explicar alguna història o anècdota personal, entre d'altres, sol contribuir significativament a generar el clima adequat per a l'entrevista.

Cos de l'entrevista

Una vegada superat el moment inicial i establert el *rapport* oportú ja estem en disposició d'entrar en el nucli principal de l'entrevista, el qual segurament ens proporciona la informació més valuosa per al nostre estudi.

Durant el desenvolupament de l'entrevista podem disposar físicament del guió elaborat prèviament per a fer que aquesta resulti més fluida. No obstant això, alguns entrevistadors opten per memoritzar les principals línies del guió d'entrevista, cosa que, per una part, els proporciona certa independència per a improvisar i, per l'altra, genera una situació molt més natural.

En aquesta mateixa línia, hem d'evitar prendre notes exhaustives sobre tot el que s'esdevé durant l'entrevista, ja que a més de resultar molt complex, podria anar en detriment del clima favorable que hem generat. Tanmateix, sí que podem prendre notes sobre els aspectes que ens suggereix el desenvolupament de la mateixa entrevista i en els quals volem endinsar-nos.

Finalment, és important tenir en compte que encara que no és convenient interrompre l'entrevistat mentre ens està explicant alguna cosa, tampoc no hem de permetre que sigui ell qui condueixi l'entrevista o que passi molt temps parlant sobre un mateix tema.

Tancament de l'entrevista

El tancament d'una entrevista és tan important com els seus preliminars i l'inici, ja que hem d'assegurar la bona predisposició de l'entrevistat a tornar a atendre'ns si resultés necessari per a la nostra investigació.

Una bona manera d'acabar les entrevistes, sempre que siguem dins del temps previst, és oferir a l'entrevistat l'oportunitat d'explicar-nos qualsevol cosa que consideri pertinent i que no s'hagi abordat durant l'entrevista.

Després d'acomiar-nos de l'entrevistat i agrair-li la seva col·laboració, hem de dedicar algun temps a ordenar els materials (per exemple, enregistraments, notes, etc.) i prendre nota de les idees, dels pensaments o de les reaccions que ens hagi suggerit l'entrevista.

Al marge de tot el que s'ha exposat amb relació als quatre moments del desenvolupament de l'entrevista, hi ha tota una sèrie de tàctiques o estratègies d'interrogació que poden ajudar que la persona entrevistada ens reveli la seva opinió, els seus pensaments o les seves creences sobre l'objecte d'estudi (Alonso, 1994; Blanchet, 1989; Litchman, 2006 i Vallés, 1999):

- 1) Aclariment o exploració: aquesta estratègia proporciona a l'entrevistador l'oportunitat de comprendre realment el que la persona entrevistada està explicant. Per a aplicar aquesta estratègia disposem d'opcions que van des de mostrar una cara de confusió, fins a repetir o reformular les paraules de l'entrevistat o sol·licitar directament que ens aclareixi algun aspecte. Per

exemple: podria explicar-me alguna cosa més sobre...? Què vol dir amb...?
Per què vas pensar...? Etc.

- 2) Animació i elaboració: es tracta de proporcionar una oportunitat a l'entrevistat perquè ens expliqui alguna cosa més o aclareixi les seves pròpies respostes, de manera que també es puguin afegir altres idees sobre les quals l'entrevistat hagi estat pensant. Aquesta tàctica inclou qualsevol tipus de missatge verbal i no verbal que indiqui a l'interlocutor que entenem el que està explicant i que volem que continuï. Assentir amb el cap, expressions com ara "mmm", "sí, sí" o "clar", i interpel·lacions més directes com "segueixi, segueixi", "i llavors?" o "voldria afegir alguna cosa més?", entre d'altres, solen complir aquesta funció.
- 3) Canvi de tema: de vegades, pot resultar oportú que l'entrevistador introduïxi "bruscament" un tema de conversa nou, ja sigui perquè ha d'abordar-se i el temps de l'entrevista s'acaba o perquè és l'única manera que surti una situació indesitjada.
- 4) Neutralitat: les preguntes formulades per l'entrevistador no han de ser tendencioses, l'han de deixar en una posició neutral i obligar l'entrevistat a posicionar-se.
- 5) Recapitulació: consisteix a convidar l'entrevistat a tornar a relatar-nos una cosa que ja ha explicat. Hi ha una tendència a ser més precisos i exhaustius en el segon relat, la qual cosa permet que l'entrevistador eviti la utilització d'altres tàctiques més repetitives per a sol·licitar aclariments.
- 6) Silenci: la utilització oportuna del silenci pot resultar molt beneficiosa, sempre que no n'abusem ni que el confonguem amb el "silenci enutjós". Així, per exemple, és convenient que després de formular una pregunta no afegim res més, i esperem que l'entrevistat respongui. Altrament, segurament, l'estarem condicionant.
- 7) Postentrevista: després de l'acabament de l'entrevista "formal" o "oficial", sol produir-se una relaxació d'ambdós interlocutors, que es pot utilitzar per a deixar una sensació positiva en l'entrevistat o, fins i tot, per a detectar alguna informació que l'entrevistador no havia comentat durant l'entrevista.

2.4. Aspectes ètics que cal considerar

Tanquem aquest capítol, sobre l'entrevista com a tècnica d'investigació, amb una referència inexcusable als aspectes ètics que hem de considerar en qualsevol etapa del procés d'investigació.

Molts dels aspectes que comentem a continuació ja s'han anat suggerint al llarg de tot el capítol:

- En primer lloc, no hem de confondre una entrevista d'investigació amb una entrevista terapèutica i, per tant, hem d'evitar ser excessivament intrusius i no generar situacions en les quals la persona entrevistada es descobreixi totalment davant de nosaltres.
- Ens hem d'identificar clarament com a investigadors. Evidentment, aquesta identificació afecta, ens agradi o no, la informació que puguem recollir durant l'entrevista, però és important ser honestos.
- Tal com ja hem comentat en alguna ocasió, resulta fonamental explicitar el propòsit de la nostra investigació i què esperem de la persona entrevistada. De vegades, pot resultar necessari formalitzar aquesta informació en un document de consentiment firmat per ambdues parts (entrevistat i entrevistador).
- Així mateix, en aquest document de consentiment, s'hauria d'explicitar com serà emmagatzemada i tractada la informació, i cal assegurar, si resulta oportú, la seva confidencialitat, l'anonimat, la seguretat, la difusió i qualsevol altre ús excepcional que pot fer-se'n.
- Les persones entrevistades han de tenir la possibilitat de revisar la transcripció que fem de la seva entrevista i comprovar que realment estem dient el que elles van voler expressar.
- En el disseny i desenvolupament de l'entrevista s'han de tenir molt en compte aspectes vinculats al gènere, la raça, la religió o la classe social, entre d'altres, de manera que assegurem el respecte absolut envers la persona entrevistada. Així, per exemple, en religions determinades podria resultar inacceptable que una dona fos entrevistada per un home o viceversa.
- Quan entrevistem persones de grups vulnerables o dependents (nens, ancians o discapacitats psíquics, entre d'altres) hem d'obtenir l'autorització corresponent dels seus responsables legals.

Bibliografia

- Albert, M. J.** (2007). *La investigación educativa. Claves teóricas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Alonso, L. R.** (1994). "Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa". A: J. M. Delgado; J. Gutiérrez (editors). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (pàg. 225-240). Madrid: Síntesis.
- Atkinson, R.** (1998). *The life story interview*. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Azofra, M. J.** (1999). *Cuestionarios*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Blanchet, A.** (1989). *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Narcea.
- Brenner, M. E.** (2006). "Interviewing in Educational Research". A: J. L. Green; G. Camilli; P. B. Elmore (editors). *Handbook of Complementary Methods in Education Research* (pàg. 357-369). Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.
- Corbetta, P.** (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Creswell, J. W.** (2009). *Research design. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Czaja, R.; Blair, J.** (2005). *Designing surveys. A guide to decisions and procedures*. Thousand Oaks (CA): Sage Publications.
- Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S.** (editors) (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3a. ed.). Londres: Sage Publications.
- Díaz de Rada, V.** (2005). *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Díaz de Rada, V.; Núñez, A.** (2008). *Estudio de las incidencias en la investigación con encuesta. El caso de los barómetros del CIS*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Fowler, F. J.** (2009). *Survey research methods*. Thousand Oaks (CA): Sage Publications.
- Gadamer, H. G.** (2001). *Verdad y método I*. Salamanca: Sígueme.
- Gairín, J., Figuera, P.; Triadó, X.** (coordinadors) (2010). *L'abandonament dels estudiants a les universitats catalanes*. Barcelona: Agència de Qualitat Universitària.
- Gilham, B.** (2005). *Research Interviewing. The range of techniques*. Berkshire: Open University Press.
- Gorden, R.** (1969). *Interviewing. Strategy, techniques and tactics*. Homewood: Dorsey Press.
- Groves, R. M.; Fowler, F. J.; Couper, M. P.; Lepkowski, J. M.; Singer, E.; Tourangeau, R.** (2004). *Survey methodology*. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons.
- Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E.; Tatham, R. L.** (2004). *Análisis multivariante* (5a. ed.). Madrid: Prentice-Hall.
- Holstein, J. A.; Gubrium, J. F.** (1995). *The active interview*. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Kvale, S.** (1996). *Interviews. An introduction to qualitative research interviewing*. Londres: Sage.
- Latorre, A.; Rincón, D. del; Arnal, J.** (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Experiencia.
- Licthman, M.** (2006). *Qualitative research in education. A user's guide*. Thousand Oaks: Sage.
- Lohr, L.** (2000). *Muestreo: diseño y análisis*. Mèxic: International Thomson Editores.
- Mason, J.** (2002). *Qualitative researching* (2a. ed.). Londres: Sage.
- Massot, I., Dorio, I.; Sabariego, M.** (2004). "Estrategias de recogida y análisis de la información". A: R. Bisquerra (editor). *Metodología de la investigación educativa* (pàg. 329-366). Madrid: La Muralla.
- Mayhew, H.** (1851). *London labour and the London poor*. Londres: Griffin Bohn.

- McMillan, J. H.; Schumacher, S.** (2005). *Investigación educativa. Una introducción conceptual* (5a. ed.). Madrid: Pearson.
- Merton, R. K.; Kendall, P.** (1946). "The focused interview". *American Journal of Sociology* (núm. 51, pàg. 541-547).
- Muñiz, J.** (2002). *Teoría clásica de los tests*. Madrid: Pirámide.
- Muñiz, J.; Fidalgo, A. M.; García-Cueto, E.; Martínez, R.; Moreno, R.** (2005). *Análisis de los ítems*. Madrid: La Muralla.
- Platt, J. R.** (2002). "The history of the interview". A: J. F. Gumbrium; J. A. Holstein (editors). *Handbook of Interview Research* (pàg. 33-54). Londres: Sage.
- Riba, C.** (2009). *Métodos de investigación cualitativa*. Barcelona: UOC.
- Rodríguez Osuna, J.** (1993). "Métodos de muestreo. Casos prácticos". *Cuadernos Metodológicos* (núm. 6). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, D.; Valldeoriola, J.** (2009). *Metodología de la investigación*. Barcelona: UOC.
- Rodríguez, G.; Gil, J.; García, E.** (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Màlaga: Aljibe.
- Rodríguez, J.** (1991). *Métodos de muestreo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rubin, H. J.; Rubin, I. S.** (1995). *Qualitative interviewing. The art of hearing data*. Londres: Sage.
- Ruiz-Olabuénaga, J. L.; Ispizua, M. A.** (1989). *La descodificación de la vida cotidiana*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz-Olabuénaga, J. L.** (2007). *Metodología de investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz-Olabuénaga, J. L.; Aristegui, I.; Melgosa, L.** (2002). "Cómo elaborar un proyecto de investigación social". *Cuadernos monográficos del ICE* (núm. 7). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Russell, B. H.** (2006). *Research methods in anthropology*. Oxford: Rowman & Littlefield Pub.
- Taylor, S. J.; Bogdan, R.** (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Vallés, M. S.** (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Vallés, M. S.** (2002). "Entrevistas cualitativas". *Cuadernos Metodológicos* (núm. 32). Madrid: CIS.
- Vaus, D. de** (2002). *Surveys in Social Research* (5a. ed.). Londres: Routledge.
- Weiss, R. S.** (1994). *Learning from strangers. The art and method of qualitative interview studies*. Nova York: The Free Press.
- Wengraf, T.** (2001). *Qualitative research interviewing. Biographic, narrative and semistructured methods*. Londres: Sage.