



Co-funded by  
the European Union

**SUSTAINABLE RURAL FUTURE**  
ERASMUS+ KA2 COOPERATION  
2023-1-ES01-KA220-ADU-000151613

# surf

*Sustainable Rural Future*

low carbon  
economy®



Univerza v Ljubljani



**AUTHOR:**

UNIVERSITY JAUME I

**COLLABORATORS:**

LOW CARBON ECONOMY

INEUROPA S.R.L.

ARCES ASSOCIATION

UNIVERSITY OF LJUBLJANA

CENTER ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ PODEZELJA KRANJ

*Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.*

Manual on Participatory Action Research techniques © 2024 by  
SURF project is licensed under CC BY 4.0



# Microcredencial Universitària en Tècniques d'Investigació Social per al Desenvolupament Local

Octubre 2024

---

# Microcredencial Universitària en Ferramentes Participatives per al Desenvolupament Comunitari

Novembre, 2024

---

# Microcredencial Universitària en Planificació del Desenvolupament Local Participatiu i Sostenible

Desembre-febrer 2024

---

# TEMARI

Tema 1: Introducció als mètodes i tècniques d'investigació social.

Tema 2: Tècniques quantitatives aplicades al desenvolupament local.

Tema 3: Tècniques qualitatives aplicades al desenvolupament social.

Tema 4: Anàlisi de la informació, triangulació i redacció d'informe.

1,5 crèditsECTS

---

# **TEMA 1**

## **Introducció als Mètodes i a les Tècniques d'Investigació Social**

# 1.0 LA LLUITA CONTRA EL SENTIT COMÚ



# CAS 1 PATONALITZACIÓ CENTRES URBANS

Iniciatives polítiques que no compten amb el suport de part dels sectors interessats

2016

LAS PROVINCIAS



## El Mercado Central critica la «imposición por decreto» de la peatonalización de la Lonja

Los vendedores se concentrarán hoy en la puerta del Ayuntamiento para reclamar que se mantengan los accesos actuales al tráfico



# CAS 1 PATONALITZACIÓ CENTRES URBANS

Iniciatives polítiques que no compten amb el suport de part dels sectors interessats

2023

valenciaplaza vp ap cp pd C P

## La peatonalización de las plazas de Ciutat Vella sube un 67% las transacciones comerciales y el gasto

Valencia Plaza

CIUTAT VELLA, PEATONALIZACIÓN

COMPARTIR

TWEET

LINKEDIN

MENÉAME

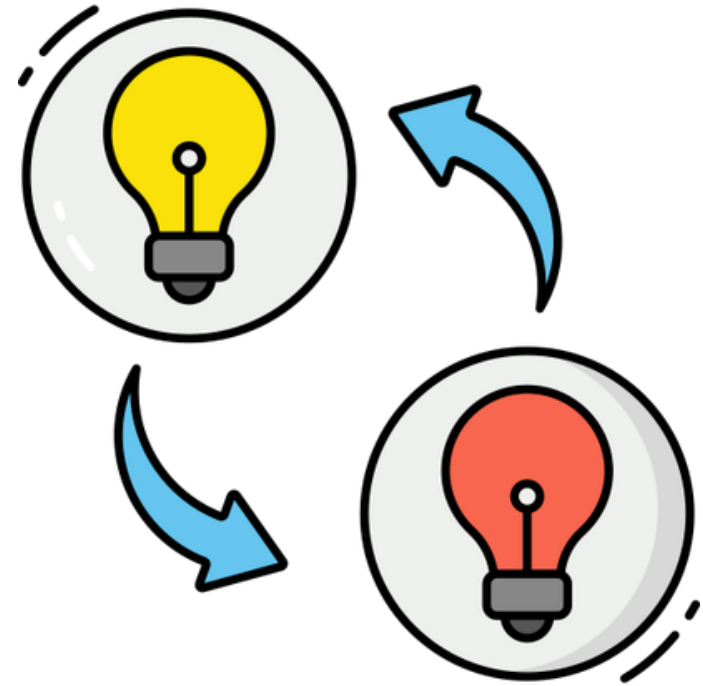
ESTUDI PILOT BIDDATA PER A L'ANÀLISI DE L'EVOLUCIÓ DE LA DESPESA EN ZONES CONVERTIDES EN ZONA DE VIANANTS. IMPACTE DE LA CONVERSIÓ EN ZONA DE VIANANTS EN ELS PATRONS DE CONSUM

AJUNT

SOLO ERA UNA COLILLA

#STOPALFOC

# 1.0 EL CONEIXEMENT COM ALIAT NECESSARI



# 1.0 EL CONEIXEMENT COM ALIAS NECESSARI

- Consultories d'Estudis Socials
- Fonts de dades i estudis
- Producció de dades pròpia
- Universitats
- Qualtia
- Transversal Coop.
- Examen Estudis Sociològics
- ...

# 1.0 EL CONEIXEMENT COM ALIAS NECESSARI

- Consultories d'Estudis Socials
  - Fonts de dades i estudis
  - Producció de dades pròpia
- INE
  - IVE
  - CI
  - S
  - ...

# 1.0 EL CONEIXEMENT COM ALIAS NECESSARI

- Consultories d'Estudis Socials
- Fonts de dades i estudis
- Producció de dades pròpia
- Quantitatives
- Qualitatives
- Triangulació
- ...

# 1.1 INVESTIGAR PER AL DESENVOLUPAMENT LOCAL

Tota acció necessita ser

- Planificada
- a,
- executada,
- ~~avaluada~~



# CAS 2

## RECOLLIDA PORTA A PORTA

### RSU

- A. Acollida de la proposta
- B. Funcionament de la proposta
- C. Avaluació i correcció del mecanisme



## 1.2 PARTICIPACIÓ I DESENVOLUPAMENT LOCAL

Implicació activa en els projectes

- Aportació de coneixement i  
experiència local a la iniciativa

Millora la transparència del procés

-  
...

-



## 1.3 PARTICIPACIÓ EN LA INVESTIGACIÓ

- La investigació es pot fer sense participació directa del veïnatge
- El veïnatge pot participar sent consultat
- O pot participar col·laborant en la investigació

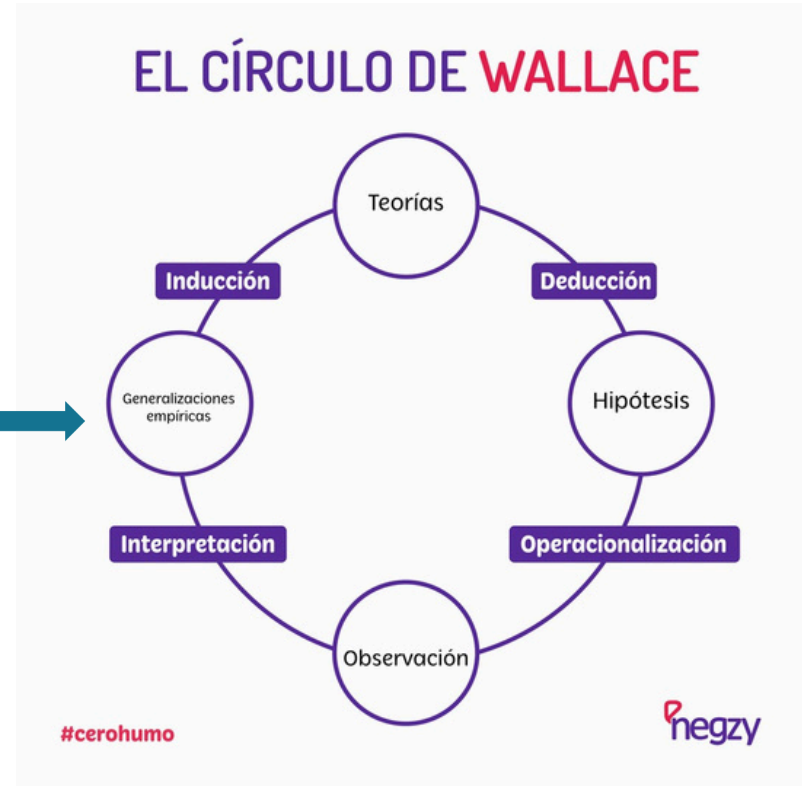
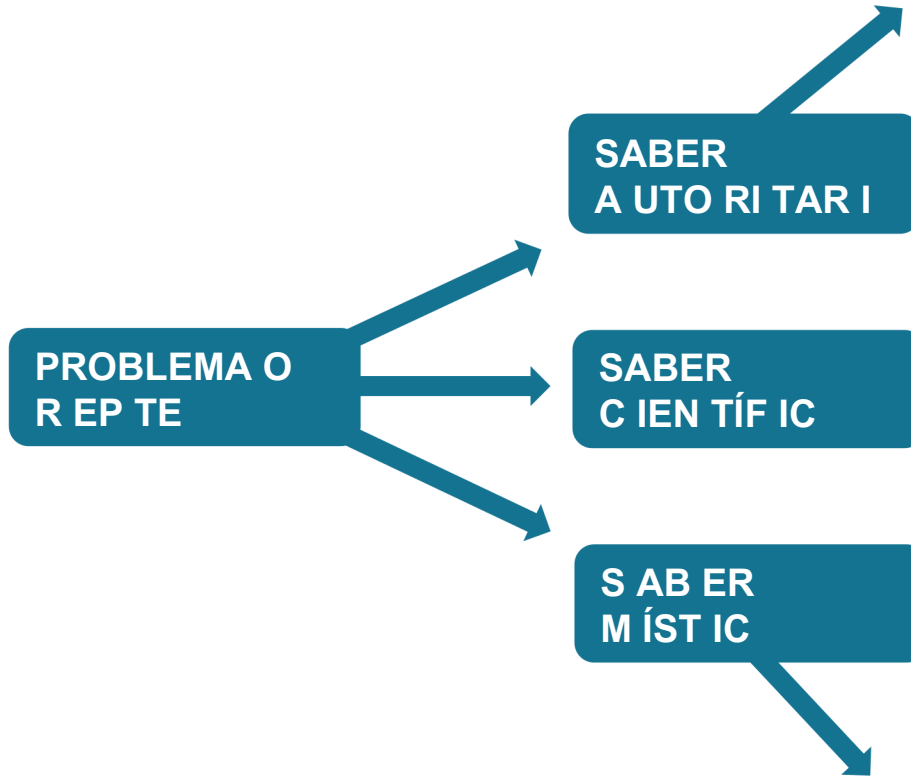


# 1.4 EL CONEIXEMENT DE LA REALITAT SOCIAL



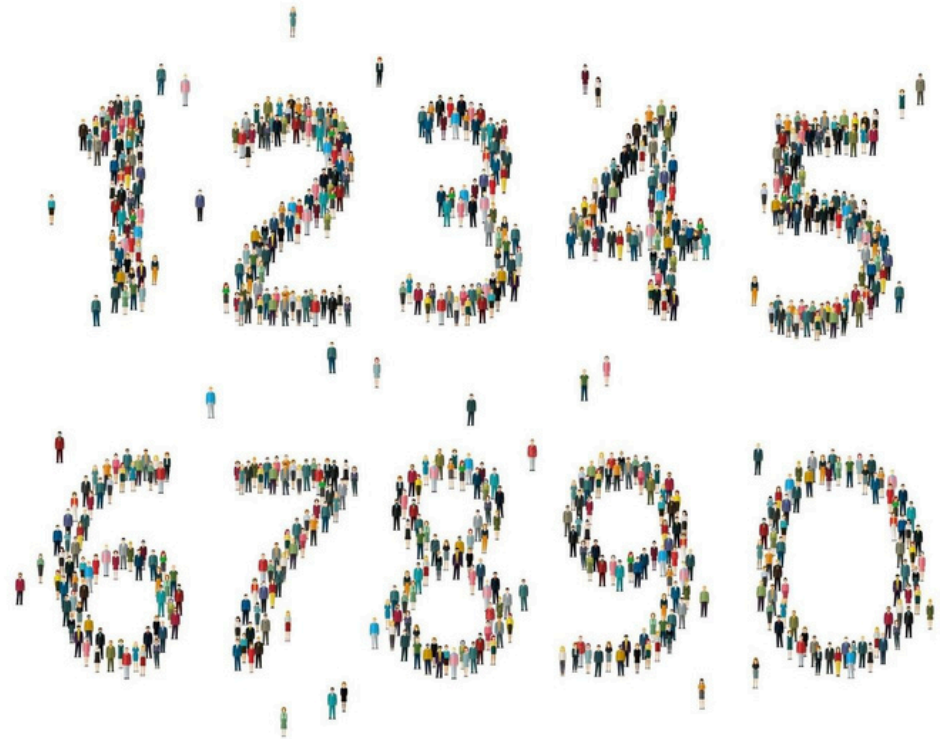


# 1.6 EL MÉTODO CIENTÍFICO



## 1.7 L'OBJECTIVITAT EN LA INVESTIGACIÓ

- Les ciències fortes separen l'investigador de l'objecte: Objectivitat
- Les ciències socials es divideixen entre qui la reclama (amb major esforç) i qui la rebutja (assumint la ciència com mecanisme de transformació)



## 1.8 EFECTES INDIRECTES DE LA INVESTIGACIÓ

- Respectabilitat de la institució
- Canvis en el comportament social
- Canvis en la pròpia institució
- Però també por...



# 1.9 MÈTODES D'INVESTIGACIÓ

perspectives



# 1.10 TÈCNIQUES D'INVESTIGACIÓ



## 1.10 TÈCNIQUES D'INVESTIGACIÓ

- Les enquestes (quantitatives)
- L'observació sistemàtica (quantitativa/qualitativa)
- Les entrevistes (qualitatives)
- Els grups de discussió (qualitatius)
- Les històries de vida (qualitatives)
- Diagnòstic Rural Participatiu (Acció)
- Investigació Acció Participativa (Acció)



## 1.10 MITJANS D'INVESTIGACIÓ

- Les persones (entrevistes, grups de discussió..)
- Recopilació documental (llibres, premsa, documents d'arxiu, diaris, cartes)
- Fotografia, Cinema (Sociologia Visual)
- Internet (font de dades i mecanisme de recerca)



## 1.11 TIPUS D'INVESTIGACIÓ

- Descriptiva
- Predictiva
- Explicativa
- Exploratori a
- D'Acció



## 1.12 FONTS D'INFORMACIÓ

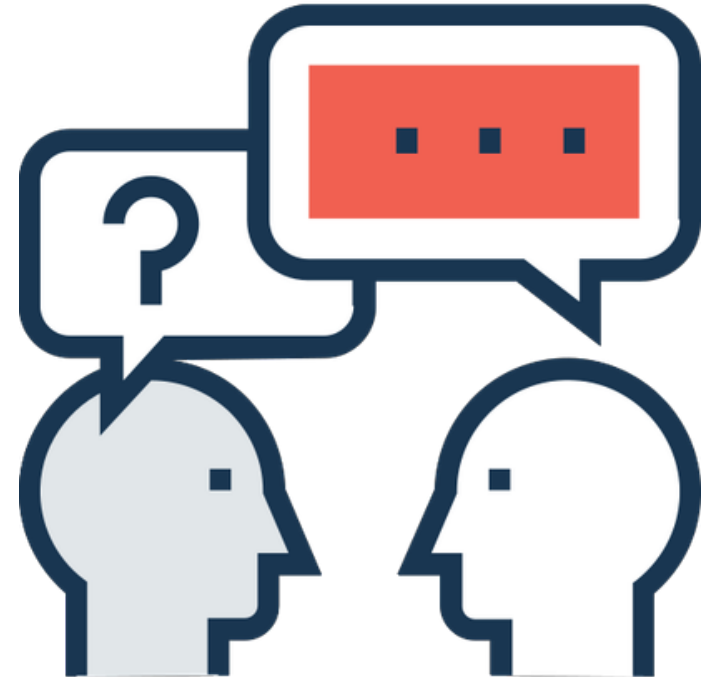
- Secundàries
- Primàries





## 1.13.1 PROBLEMATITZACIÓ

- Què pretenem solucionar?:
  - Què funciona mal
  - Què podria anar millor
- Treball crític
  - Trencament amb l'acomodament
  - Trencament amb el sentit comú
- És assumible?



## 1.13.2 REVISIÓ

- Què s'ha dit.
  - Quins conceptes s'han fet servir?
- Què s'ha fet
  - Com ho han fet?
- La nostra pregunta és adient o ja té resposta?



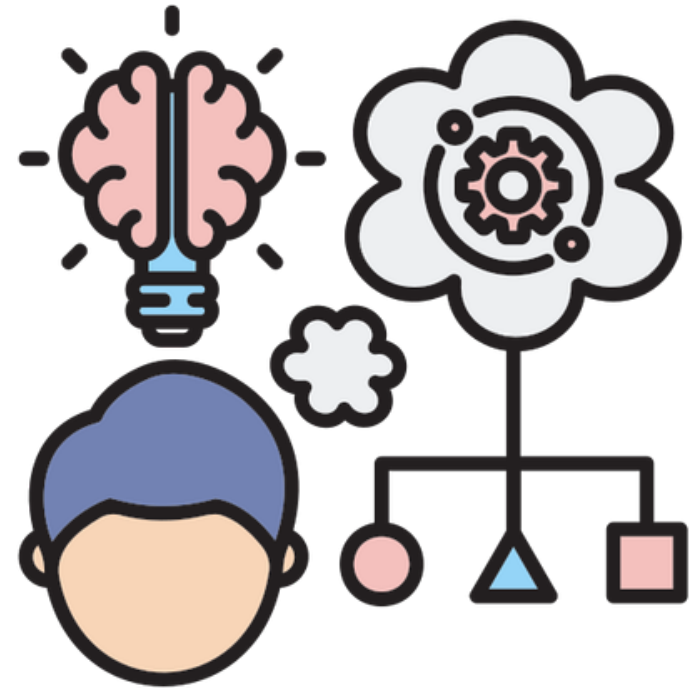
## 1.13.3 HIPÒTESI

- Solucions probables
- Efectuades com una afirmació
- Guien la investigació
- Per a ser confirmades o rebutjades



## 1.13.4 DISSENY

- Tria de metodologia
- Selecció de tècniques



## 1.13.5 CAMP

- Selecció de mostra
- Recollida de dades



## 1.13.6 ANÀLISI

- In te rp ret a r
- Analitzar



## 1.13.7 INFORME

- Plasmació de resultats
- En funció del destinatari
- Apartats habituals (en tema final)



# Tema 2.

## Les tècniques quantitatives





# Continguts

---

- **La investigació quantitativa il'enquesta coma tècnica.**
  - Què és una enquesta?
  - Fases de recerca mitjançant enquesta
- **Operacionalització: dimensions, indicadors i variables. Tipus i propietats de les variables.**
  - Elprocésd'operacionalització
  - Tipus de variables: els nivells de mesurament.
- **L'entrevista estructurada. Disseny del qüestionari. Tipus de preguntes. Criteris de redacció i estructura d'un qüestionari de registre.**
  - Estructura del qüestionari.
  - Normes per a redactar les preguntes d'un qüestionari.
  - Tipusdepreguntes.
  - La codificació.
  - Fonts d'error: biaixos en l'entrevista.
- **Selecció dels casos: mostrejos probabilístics.**
  - Mostreigprobabilísticinoprobabilístic.
  - Tipus de mostreig probabilístics.
- **Maneres d'aplicaciódelqüestionari.**
- **Control i supervisió del treball de camp**
- **Aproximació a l'enregistrament i l'anàlisi de la informació.**





# La investigació quantitativa i l'enquesta com a tècnica

p24. En el futur, en quina llengua creu que s'hauria de parlar a Santa Pola, en valencià o en castellà?

1. Només en valencià
2. Sobretot en valencià
3. En valencià i en castellà
4. Sobretot en castellà
5. Només en castellà
6. Una altra llengua o unes altres llengües. Quina o quines? \_\_\_\_\_

**HIPÒTESIS:** "Els nascuts a Santa Pola pensen més que la resta en el valencià com a llengua de futur per al poble"

Font: Qüestionari d'actituds lingüístiques al Baix Vinalopó (AVL, 2022).

	Només valencià	Sobretot valencià	En valencià i en castellà	Sobretot en castellà	Només en castellà	Una altra llengua	Total
Nascuts a Santa Pola	2,5	8,3	42	32,1	14,3	0,8	100 ,0%
Nascuts a la comarca	1,1	5,6	38,2	40,9	13,3	0,9	100 ,0%
Nascuts al País Valencià	1,3	5,7	37,3	39,1	15,2	1,4	100 ,0%
Nascuts a la resta de l'Estat	0,2	1,4	34,5	39,7	22,5	1,7	100 ,0%
Estrangers	0	0,8	28,1	41,2	24	5,9	100 ,0%
Total residents	1	4,4	36	38,6	17,9	2,1	100 ,0%

# La investigació quantitativa i l'enquesta com a tècnica

Podem definir una **enquesta** com una investigació realitzada sobre una mostra de subjectes utilitzant instruments estandarditzats de preguntes i respostes, amb la finalitat d'obtenir mesuraments quantitativus.



## AVANTATGES DE L'ENQUESTA

- Permet tractar molts temes en un mateix instrument de mesura.
- Permet estructurar fàcilment els resultats d'una investigació.
- Facilita comparar els resultats.
- Els resultats són generalitzables.
- Obté informació significativa.
- Molta informació amb poc cost econòmic i en un període ràpid de temps.

## INCONVENIENTS DE L'ENQUESTA

- No es pot aplicar a poblacions amb dificultats per a la comunicació verbal.
- No obté més informació que la que produeix: la informació es restringeix a la proporcionada per l'enquestat/da.
- Efectes reactius en les respostes.
- No és eficaç en el mesurament de qüestions amb profunditat de significat.



# Fases de la investigació

## Definir el problema

Seleccionar un tema d'investigació

## Revisar la literatura especialitzada

Familiaritzar-se amb els treballs existents sobre el tema

## Formular hipòtesis

Què s'intenta demostrar? Com es relacionen les variables?

## Realitzar el disseny metodològic de la investigació

Seleccionar un o diversos mètodes i tècniques d'investigació

## Realitzar la investigació

Aplicació de tècniques, recollida de dades

## Interpretar i analitzar les dades

Anàlisi de les implicacions dels resultats

## Informe dels resultats



Acadèmia: les troballes es discuteixen amb la comunitat acadèmica i donen lloc a noves recerques





# La investigació quantitativa i l'enquesta com a tècnica

## FASES DE LA INVESTIGACIÓ MITJANÇANT ENQUESTA

**OBJECTIUS I HIPÒTESIS:** Es formulen els conceptes que anem a utilitzar en la investigació i les relacions entre ells

**OPERACIONALITZACIÓ:** Dimensions dels conceptes i indicadors (variables) per a fer mesurables aquests conceptes

**MOSTREIG:** Elecció del tipus de mostreig i realització del disseny mostral

**TIPUS DE QÜESTIONARI I MODE D'APLICACIÓ**

**DISSENY DEL QÜESTIONARI I PREGUNTES:** Blocs del qüestionari, presentació, redacció

**PRETEST.** Comprovació de validesa i fiabilitat

**TREBALL DE CAMP:** Aplicació de qüestionaris sobre la mostra i recollida d'informació

**ENREGISTRAMENT DE DADES I ANÀLISI DE LA INFORMACIÓ**

## Fases de la investigació

# 1r. Definir el problema (I)

### Qui determina el tema de la investigació?

- Entitats convocants o demandants.
- Comunitats científiques.
- El propi investigador.
- La societat i els grups socials.



### Procediment per a definir correctament un tema:

- Primer pas: formular el problema en termes no tècnics. Simple explicació del títol de la investigació.
- Segon pas: es passa a una formulació més explícita i més tècnica, ampliant la descripció del contingut del títol.
- Tercer pas: descripció precisa i tècnica del problema que es pretén estudiar.

Exemple: l'acolliment familiar



## Fases de la investigació

# 1r. Definir el problema (II)

### Condicions que han de complir els temes/problemes a investigar:

- Poder realitzar observació, contrastació i verificació dels resultats obtinguts amb la realitat.
- El problema a investigar ha de ser concret i ha d'estar formulat de forma precisa.
- Els temes d'investigació han de permetre la representativitat i la generalització.
- El tema ha de presentar alguna novetat.

### Exemples crítics de temes d'investigació

- L'ocupació.
- L'estudi de les relacions socials dins de l'única família espanyola que viu a Groenlàndia.
- La capacitat de predicció del futur a llarg termini dels vidents que treballen a la Plana.



## Fases de la investigació

# 2n. Revisar la literatura especialitzada



És el que es coneix també com a elaboració o elecció del **marc teòric**. Consisteix a consultar la

bibliografia per a poder tenir una panoràmica de la teoria

existent sobre el problema a investigar.

Açò ens ajudarà a:

- **Revisar l'estat de la qüestió** sobre el nostre plantejament investigador
- **Veure com han afrontat l'estudi del problema** altres investigadors
- **Centrar el nostre tema**
- **Aclarir conceptes** teòrics que manegem en



## Fases de la investigació

### 3r. Formular hipòtesis (I)

Les hipòtesis són **solucions probables** problema de recerca, prèviament seleccionades i proposades per l'investigador.



Es formulen en termes d'**afirmació**. En definitiva constitueixen una suposició, una "sospita" elaborada per l'investigador sobre com funcionen els diferents aspectes de la realitat que està estudiant.

Suposen una **guia de la investigació**: ens ajudaran a saber què hem d'esbrinar en la realitat social.

Al llarg de la recerca es comprovarà si **es confirmen o es rebutgen**.

Les hipòtesis poden sorgir de **diverses fonts**, però essencialment de 3: del marc teòric, de l'experiència de l'investigador, i de l'observació de la realitat.



## Fases de la investigació

### 3r. Formular hipòtesis (II)

Les hipòtesis han de:

- ser **clares** i comprensibles
- posseir una **realitat empírica** quant alstermes utilitza
- tenirconnexióamb**teories** precedents
- **no** incloure **judicis morals**
- ser susceptibles de **verificació** mitjançant tècniques  
asse qu ib l es
- ser**específiques** o capaces d'especificació
- donaruna resposta **probable**



## Fases de la investigació

# 3r. Formular hipòtesis (III)

### Diferents tipus d'hipòtesis:

- **Hipòtesi d'investigació ( $H_i$ ):** proposicions temptatives, generalment les possibles relacions entre 2 ó més variables.
  - Poden ser descriptives del valor de les variables que s'observaran en un context (“La motivació dels treballadors és elevada”);
  - també de relació entre 2 ó més variables (“la motivació dels treballadors augmentarà amb els incentius econòmics”)
- **Hipòtesi nul·la ( $H_0$ ):** serveixen per a refutar o negar el que afirma la hipòtesi d'investigació (“els incentius no generaran un augment de la motivació entre els treballadors”).
- **Hipòtesi alternativa ( $H_a$ ):** son possibilitats alternatives a la  $H_i$  i la  $H_0$  obrin altres relacions entre variables (“la motivació dels treballadors augmentarà per la instal·lació de l'aire condicionat”).
- **Hipòtesi estadística:** són la transformació de les altres en símbols estadístics i sols es poden formular quan les dades són quantitatives.

## Fases de la investigació

# 4rt. Disseny metodològic de la investigació

La selecció d'un disseny d'investigació fa referència essencialment a l'elecció del **mètode** a seguir, i especialment a les **tècniques** que utilitzarem per a arreplegar les dades de la realitat.

Las tècniques a utilitzar depenen bàsicament de:

- La naturalesa del fenomen a investigar
- Els objectius
- Els recursos disponibles (materials, humans i econòmics)
- El temps disponible per a la realització de la investigació.



## Fases de la investigació

# 5é. Realització del treball de camp

La realització del treball de camp la compon essencialment el procés de **recollida de dades**.

Els **moments** que normalment tenen lloc en aquesta fase de la recerca són els següents:

- Selecció de la mostra.
- Formació de les persones que van a arreplegar les dades (*briefing*).
- Realització de *pretest*.
- Recollida material de les dades.



## Fases de la investigació

# 6é. Interpretació i anàlisi

Aquesta fase es divideix en dos moments:

- **Interpretar** consisteix a veure què ens diuen les dades en relació amb el problema i les hipòtesis. Té una funció **descriptiva**.

**Analitzar** és posar en relació uns fenòmens amb uns altres,

explicar la dinàmica d'aquestes relacions i proposar explicacions sobre la realitat investigada. Té una funció **explicativa**.



## Fases de la investigació

# 7é. Elaboració de l'informe de la investigació

Una vegada finalitzats els passos anteriors, podem procedir a consignar tota la informació construïda en l'informe d'investigació.

Aquest document conté, de manera sistematitzada, tots els passos

**Continguts** habituals d'un informe d'investigació: de la recerca.

- Títol.
- Introducció i estat de la qüestió.
- Marc teòric.
- Hipòtesis i/o objectius.
- Metodologia.
- Resultats i anàlisi de les dades.
- Conclusions.

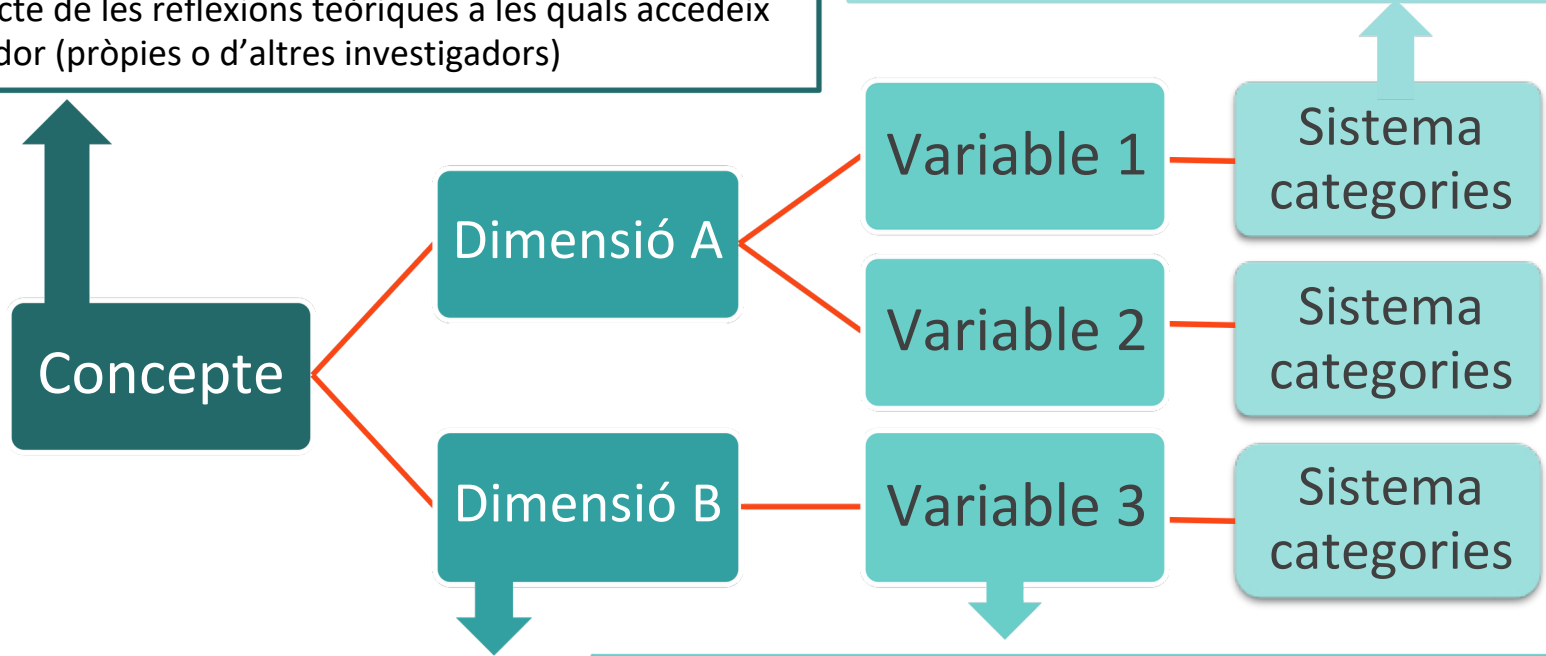




# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

- Idees abstractes, amb caràcter multidimensional (ex: poder, pobresa, consum, etc.) . No directament observables
- També s'anomenen "variables latents"
- Són producte de les reflexions teòriques a les quals accedeix l'investigador (pròpies o d'altres investigadors)

- Són el conjunt de valors o estats que pot adoptar una variable.
- Exclusivitat, exhaustivitat i precisió



- **Factes** referències als aspectes o específiques d'un concepte que volem investigar.
- Ex: Dimensions del concepte "violència de gènere": tipus de violència, agent de la violència, àmbit social en el qual té lloc la violència, conseqüències de la violència, etc.

- Les variables són les principals eines de mesurament. Són **característiques observables** d'alguna cosa que susceptibles d'adoptar diferents valors o de ser expressades en diverses categories.
- Quantificació de les dimensions dels conceptes.
- És recomanable elaborar una llista el més exhaustiva possible d'indicadors per a cada dimensió, sempre que sigui **númerosi**.



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

Exemple 1 del procés d'operacionalització: el concepte de **ELECCIÓ D'ESTUDIS UNIVERSITARIS**

DIMENSIONS	VARIABLES	CATEGORIES
<b>Informativa/ perceptiva</b>	Coneixement dels diferents graus: Dret, Treball social, ADE, Química...	Sí; No
	Fonts d'informació per a decidir sobre el grau	Web de les universitats; amics; familiars; portals no oficials sobre estudis universitaris; altres
<b>Avaluativa/ valorativa</b>	Valoració de la qualitat de la informació dels diferents graus en la web de la UA:	Escalade 0 a 10
	Preferència pels diferents tipus d'estudi ofertats	Indicarels tres primers estudis per ordre de preferència (1r, 2n, 3r) del llistat de graus de la UA
<b>Pre dis posi t i v a/ pre c onduct ual</b>	Disposició a cursar diferents estudis	Dret, Treball Social, ADE, Química...
<b>Motivacional</b>	Elements que tenen més pes a l'hora de decidir-se per un grau determinat	Vocació; possibilitats d'inserció laboral; prestigi de la titulació; opinió de la família; presència d'amics; altres
<b>Conductual/ c ompor t a m e n t a l</b>	Graus en els quals ha fet la preinscripció	Dret, Treball Social, ADE, Química...



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

Exemple 2 del procés d'operacionalització: el concepte de **ELECCIÓ D'ESTUDIS UNIVERSITARIS**

DIMENSIONS	VARIABLES	CATEGORIES
<b>Econòmica</b>	Condicionament de l'elecció d'universitat en funció de les taxes Valoració dels diferents graus per la seua possibilitat d'inserció laboral	Sí; No  Escala de 0 a 10
<b>Laboral</b>	Pes que li atorga la possibilitat d'inserció laboral en relació a altres factors	Escala de 0 a 10
<b>For mat i v a</b>	Coneixement de la metodologia formativa del centre on s'imparteix el grau	Sí; No
<b>Infraestructural</b>	Pes que li atorga les dotacions infraestructurals del centre en relació a altres factors	Escala de 0 a 10
<b>Relacional</b>	Possibilitat de comptar amb amics o familiars en una titulació determinada abans del començament del curs	Sí; No



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: ELS NIVELLS DE MESURA. VARIABLES **QUALITATIVES**

¿Es considera Vostè religiós?

1. Sí.
2. No.



## Nivell de mesura **N O M I N A L**

- **Implica** determinar l'absència o presència característica. Classifica als individus d'acord amb la característica que posseeixen. Per tant, aconseguen un nivell de classificació.
- No posseeixen propietats quantitatives. El nivell nominal permet esmentar similituds i diferències entre els casos. Solament es poden interpretar que són diferents entre si, sense que es pugui afirmar que un és superior a un altre, i per tant, sense que es puguin ordenar.
- Exemples: Sexe, Estat Civil, Nacionalitat



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: ELS NIVELLS DE MESURA. VARIABLES QUALITATIVES

En la seua opinió, diria Vostè que es considera...

- 1. Gens religiós
- 2. Poc religiós
- 3. Brou religiós
- 4. Molt religiós



## Nivell de mesura ORDINAL

- Les categories de les variables ordinals no solament es diferencien les unes de les altres (característica que defineix a les nominals) sinó que mantenen una relació que permet ordenar-los lògicament, generalment en termes de + o - o de > i <. Aconseguen un nivell d'ordenació. Però no podem xifrar o precisar la proximitat o la llunyania entre els grups, és a dir, no podem establir les magnituds de les distàncies.
- Exemples: Nivell d'estudis, classe social



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: ELS NIVELLS DE MESURA. VARIABLES QUANTITATIVES

En una escala de 0 a 10, on el 0 significa “Gens religiós” i el 10 “Molt religiós”, on se situaria Vostè?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gens religiós										Molt religiós



## Nivell de mesura **RAÓ** (quantitatiu)

Variables en les quals podem significar o precisar l'ordre i la distància entre els atributs. Posseeixen propietats quantitatives. Podem distingir dos tipus:

- D'interval: manquen d'origen, o zero natural, o absència de la propietat. Exemples: escala ideològica, escales d'actituds.
- De proporció: el zero indica absència de la propietat. Exemples: Edat, anys d'escolarització, ingressos.



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: ELS NIVELLS DE MESURA.



ESTAT CIVIL

CLASSE SOCIAL

GÈNERE

NIVELL D'EDUCACIÓ

ANYS D'ESCOLARITZACIÓ

EDAT

ESTAT DE SALUT SUBJECTIVA

GRAU DE RELIGIOSITAT

NOMBRE DE FILLS

INGRESSOS PERCEBUTS

NACIONALITAT

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DELS SERVEIS  
SOCIALS





# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: LA SEUA FUNCIO EN LA INVESTIGACIO.



## Variables independents

- Són les que influeixen en altres variables

## Variables dependents

- Són les que depenen d'unes altres variables

## Variables perturbadores

- Són les variables que intervenen en la relació entre dues variables



# Operacionalització: conceptes, dimensions i variables

TIPUS DE VARIABLES: LA SEUA FUNCIO EN LA INVESTIGACIO.

**Exemples de funcions que exerceixen les variables en la investigació.**  
**Quina és la variable independent? I la de dependent?**



- Els homes desenvolupen més activitat esportiva en equip que les dones.
- Les persones que s'ubiquen en l'extrema dreta voten en una proporció més elevada a Vox.
- Els hàbits alimentaris dels joves estan condicionats per la seua situació de convivència.
- Les persones menors de 30 anys posseeixen un poder adquisitiu inferior a les persones de més d'aquesta edat.
- A major nivell d'estudis de les persones, majors ingressos en el seu treball.

# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## Entrevista estandarditzada

- A tots els subjectes que s'entrevista se'ls pregunta el mateix i de la mateixa forma, i les respostes que s'obtenen de les preguntes són registrades també de la mateixa forma, normalment amb codis numèrics
  - Permet un dels principals avantatges de la investigació quantitativa: la possibilitat de comparar i distribuir els subjectes en funció de les seues respostes en l'entrevista.



## Què és un qüestionari

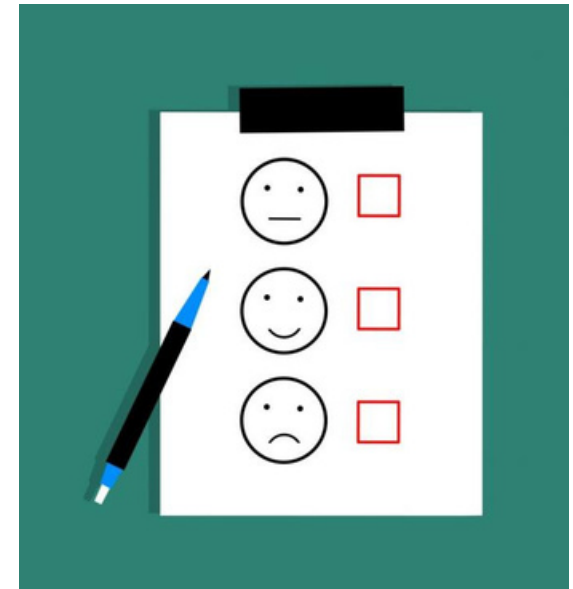
- El qüestionari és un formulari que conté les preguntes d'una enquesta i en el qual es registren les respostes.

# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## ESTRUCTURA DEL QÜESTIONARI: EXTENSIÓ I DURADA

Depèn de 3 factors:

- El pressupost.
- La quantitat d'informació que es desitja tenir de l'entrevistat i les preguntes que són necessàries per a obtenir aquesta informació.
- El mode d'aplicació del qüestionari.



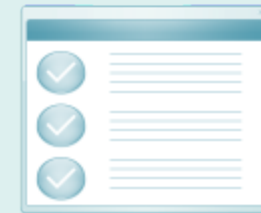
En qualsevol cas, l'extensió d'un qüestionari no hem de mesurar-la pel nombre de preguntes que té, sinó per la durada mitjana de l'entrevista.



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## ESTRUCTURA DEL QÜESTIONARI: PREPARACIÓ

1. A partir de l'operacionalització de conceptes s'obtenen les variables i les categories o indicadors per a cadascuna d'elles.
2. S'organitzen les variables per blocs i se'ls dóna un ordre lògic.  
Es redacta el qüestionari definitiu
- 3.





# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## ESTRUCTURA DEL QÜESTIONARI: DIFERENTS ELEMENTS

### Missatge de presentació

En el qual s'identifique l'entitat que realitza l'estudi i la finalitat d'aquest

### Preguntes de control analític o de classificació

(principi o final): gènere, edat, estat civil, ocupació, ingressos, etc.

### Primeres preguntes

Han de despertar l'interés de l'enqüestionat i ser senzilles de respondre.

### Preguntes clau

Se situen en el bloc central

### Preguntes compromeses (si n'hi ha)

Cap a la fi del qüestionari, quan ja s'ha generat confiança

### Preguntes de control instrumental i del treball de camp

Al final (després de les preguntes a l'entrevistat): data, hora, durada, observacions.



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## NORMES PER A REDACTAR LES PREGUNTES D'UN QÜESTIONARI

Mai s'han de tractar dos temes en un mateix enunciat. Per exemple, no es pot enunciar una pregunta al voltant de la qual pot estar alhora a favor i en contra.

Utilitzar sempre idioma estàndard (no cal utilitzar abreviatures, ni argots, ni introduir neologismes).

Els ítems no poden ser massa complicats, ni llargs, ni confusos.

Tothom ha de ser capaç d'entendre les preguntes.

No hem d'utilitzar mai termes ambigus.

Cal protegir sempre la sensibilitat i l'ego de l'entrevistat.

Les preguntes no han de ser tendencioses.

No han d'exigir càlculs complicats.

Si les preguntes són tancades, el sistema de categories ha de ser completament inclusiu i les categories de resposta mútuament excloents (és a dir, quan són preguntes tancades s'han de contemplar totes les opcions de resposta possibles, i que no existisquen respostes que se solapen). Exhaustivitat i exclusivitat i precisió



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## EXEMPLES D'ENUNCIATS CRÍTICS



Et mola el nou model de Peugeot e-208?

És Vostè partidari o bé no partidari de no exigir als conductors que no conduïsquen massa a poc a poc?

Creu Vostè que és positiu que els menors d'edat mantinguen relacions sexuals i que en aqueixes relacions sexuals utilitzen anticonceptius?

Quantes vegades va anar Vostè al metge l'any 1995?

Està Vostè a favor o en contra de l'esmena parcial de modificació de la Llei Orgànica de Modificació de la LOE?

-¿Llig Vostè molt?

-A que Vostè és partidari de l'eutanàsia?

Quants electrodomèstics hi ha en sa casa?

Votarà Vostè al PP, el partit responsable de més casos de corrupció, en les properes eleccions generals?

# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## TIPUS DE PREGUNTES EN UN QÜESTIONARI



- a) Segons el tipus d'informació que obtenim amb la pregunta.
- b) Segons el nombre d'entrevistats que han de respondre a la pregunta.
- c) Segons el tancament de les preguntes.
- d) Segons funció que tenen en el qüestionari
- e) Segons el format del sistema de categories de resposta.

# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el tipus d'informació obtinguda

## Preguntes de fets o comportaments

Es realitzen per a obtenir informació sobre dades comprovables referides al propi subjecte entrevistat.

P1. Quin és el nivell d'estudis màxim que ha cursat?:

0. Sense estudis
1. Estudis no finalitzats
2. Primaris
3. Secundaris
4. Universtitat
5. Postgrau



## Preguntes d'opinions

Abasta tot l'ampli espectre de les opinions o judicis que l'entrevistat té respecte a l'objecte que se li pregunta

P2. Creu Vostè que en 2025 arribarà una crisi econòmica?:

1. Gens probable
2. Poc probable
3. Prou probable
4. Molt probable
9. Ns/Nc





# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el nombre d'entrevistats que responen

## Preguntes filtre

Són preguntes que divideixen als subjectes en dos o més submostres, de manera que hi ha una sèrie de preguntes que s'emplenaran únicament amb aquells subjectes que hagen respost a una o diverses categories determinades de la pregunta filtre.

Aquestes preguntes que depenen de la resposta donada a una pregunta filtre es coneixen com preguntes **contingents**.

Pregunta filtre



P1. Té Vostè cotxe?:  
1. Si → **passar a P2**  
2. No → **passar a P3**

Pregunta contingent



P2. Quina/es marca/marques de cotxe té Vostè?:  
1. Seat  
2. VW  
3. Ford  
4. Peugeot  
5. Renault  
6. Citroën  
7. Opel  
8. Altres: \_\_\_\_\_





# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el tancament de les preguntes

## Preguntes tancades

Totes les categories de resposta estan codificades. El subjecte entrevistat només pot respondre a una de les categories que li presentem.

P1. Quin és el nivell d'estudis màxim que ha cursat?:

0. Sense estudis
1. Estudis no finalitzats
2. Primaris
3. Secundaris
4. Un iver si tar i
5. Po stg rau

## Preguntes obertes

L'enquestat s'expressa amb les seues pròpies paraules

P2. Quin creu que és el principal problema del municipi?:

---

---

---

---

## Preguntes semitancades

Alguna opció de resposta en el sistema de categories és oberta

P3. Quina/es marca/marques de cotxe té Vostè?:

1. Seat
2. VW
3. Ford
4. Peug eot
5. Re n au lt
6. C it roè n
7. Opel
8. Altres: \_\_\_\_\_



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el tancament de les preguntes

	Pregunta oberta	Pregunta tancada
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informació més <b>àmplia i exacta</b>, expressada en els propis termes de l'entrevistat.</li> <li>• És més <b>fàcil de formular</b>, en no haver de preveure el sistema de categories.</li> <li>• Normalment necessita <b>menys espai</b> en el qüestionari.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• És més <b>fàcil de respondre i codificar</b>.</li> <li>• <b>Redueix l'ambigüitat</b> de les respostes.</li> <li>• <b>Afavoreix la comparació</b> de les respostes.</li> </ul>
Inconvenients	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La <b>codificació és més complexa i laboriosa</b> (es realitza després del treball de camp).</li> <li>• Més exposada a <b>errors de registre i codificació</b> (susceptible de biaixos de l'entrevistat). La seua <b>contestació</b></li> <li>• <b>exigeix més de esforç</b> i temps per part de l'entrevistat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La seua <b>redacció exigeix més esforç</b> i coneixement del tema, ja que s'han de contemplar totes les respostes possibles.</li> <li>• <b>Limita les respostes</b> a opcions predefinides.</li> <li>• <b>Permet diferents interpretacions</b> per part dels entrevistats.</li> </ul>



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons la funció que tenen en la investigació

## Preguntes d'investigació

Estan destinades a generar la informació suficient per a aconseguir els objectius de la recerca i contrastar l'hipòtesis.

## Preguntes de control

Són preguntes que no pertanyen específicament als objectius de la investigació, però que tindran una utilitat en el posterior tractament de les dades obtingudes

Tipus de preguntes de control

Preguntes de control analític o de classificació

Preguntes de control instrumental

Preguntes de control del treball de camp

Preguntes de control de la investigació



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons la funció que tenen en la investigació. *Control*

## Preguntes de control analític o de classificació

- Són preguntes que, encara que no tenen a veure directament amb la nostra investigació, ens ajuden a segmentar l'anàlisi de manera que siga possible establir classificacions de les respostes dels subjectes en funció del seu perfil sociodemogràfic i socioeconòmic.
- Solen situar-se en el qüestionari després de les preguntes d'investigació.
- Algunes de les més utilitzades són: *sexe, edat, ocupació, nivell d'estudis, estat civil, ingressos, lloc de naixement...*



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons la funció que tenen en la investigació. *Control*

## Preguntes de control instrumental

- Són preguntes que no tenen utilitat a l'efecte de l'anàlisi dels objectius de la investigació, però necessàries per a controlar l'instrument de mesura, és a dir, el qüestionari.
- En la capçalera del qüestionari se solen situar les següents: núm. d'estudi, núm. de qüestionari, núm. d'entrevistador.
- Al final del qüestionari, se solen situar les següents: observacions sobre el desenvolupament de l'entrevista, grau de sinceritat percebut per l'entrevistador, durada de l'entrevista.





# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons la funció que tenen en la investigació. *Control*

## Preguntes de control del treball de camp

- Serveixen perquè l'investigador pot en un moment determinat aclarar o comprovar si efectivament l'entrevista ha sigut realitzada.
- Solen situar-se al final del qüestionari.
- Algunes de les més utilitzades són: *nom de l'entrevistat, adreça, n<sup>o</sup> de telèfon.*





# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons la funció que tenen en la investigació. *Control*

## Preguntes de control de la investigació

- Són preguntes similars, redactades de diferent forma que es distribueixen al llarg del qüestionari per a comprovar si el subjecte és coherent en les respostes a un mateix tema.

Aquestes preguntes permeten valorar la consistència interna de la resposta

- a un qüestionari i invalidar casos si es comprova la inconsistència

- Un exemple podria ser fer aquesta pregunta P1 i després d'unes quantes preguntes tornar al tema amb la P11:

P1. Estàs d'acord amb la legalització de l'eutanàsia? :

1. Sí
2. No
8. No sap
9. No contesta

P11. Manifesta el teu grau d'acord amb la següent afirmació 'Caldria legalitzar la eutanàsia per a evitar el patiment de les persones amb malalties terminals':

1. Molt en desacord
2. En desacord
3. Ni d'acord ni en desacord
4. D'acord
5. Molt d'acord



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el format del sistema de categories

## Preguntes simples o uniresposta

Són preguntes tancades en les quals únicament pot adscriure's a una de les categories proposades.

## Preguntes de resposta múltiple

Són preguntes tancades en les quals l'entrevistat pot adscriure's a més d'una de les categories proposades.

## Preguntes amb targetes

Quan el nombre de categories és molt elevat, es recomana utilitzar una ajuda visual mostrant totes les categories possibles en una targeta que s'ensenya a l'entrevistat.

P1. Quin és el seu estat civil?:

1. Fa drí -na
2. Parella de fet
3. Casat/da
4. Divorciat/da
5. Viu/a

P2. Quina/es marca/marques de cotxe té Vostè?:

1. Seat
2. VW
3. Ford
4. Peugeot
5. Renault
6. Citroën
7. Opel
8. Altres: \_\_\_\_\_

P3. Quines de les següents marques de cotxes coneix? (**mostrar targeta**):

- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| 1. Tesla     | 8. Dahiatsu     |
| 2. Mercury   | 9. Goupil       |
| 3. Lincoln   | 10. Bentley     |
| 4. Buick     | 11. Cadillac    |
| 5. Morgan    | 12. Mahindra    |
| 6. Microvett | 13. Maserati    |
| 7. Hummer    | 14. Infiniti    |
|              | 15. Lexus       |
|              | 16. BYD         |
|              | 17. Lamborghini |



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

TIPUS DE PREGUNTES: segons el format del sistema de categories

## Preguntes de bateria d'ítems

En aquestes preguntes agrupem diverses variables que guarden algun tipus de relació i que es presenten en un sistema de categories comunes. En realitat la pregunta tindrà tantes variables com ítems dissenyem.

## Preguntes d'ordenació

En aquestes preguntes proposem una sèrie d'ítems i sol·licitem de l'entrevistat que les ordene d'acord a una escala proposada. No és recomanable incloure més de 5 ítems, ja que sol·licita de l'entrevistat un càlcul complex.

P1. Valore l'actuació dels/de les següents intèrprets que han obtingut un premi Goya el 2024 en les pel·lícules guardonades:

Actor/actriu	Molt dolent	Dolent	Ni bona ni dolent	Bona	Molt bona	Ns/Nc
Malena Alterio	1	2	3	4	5	9
David Verdager	1	2	3	4	5	9
Ane Gabarain	1	2	3	4	5 5 5	9
José Coronado	1	2	3	4	5	9
Janet Novás	1	2	3	4		9
Matías Recalt	1	2	3	4		9
	1	2	3	4		9

P1. Ordene els següents valors o qualitats (d'1 a 4) en funció de la importància que tinguen per a Vostè en les relacions personals:

Valors / qualitat	Núm. ordre
Honestat	
Positivitat	
Solidaritat	
Intel·ligència	



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## CODIFICACIÓ

La codificació consisteix a assignar un número (o lletra) a cadascuna de les categories de resposta de cadascuna de les preguntes d'un qüestionari. Sempre és recomanable assignar número, ja que en cas d'enregistrament en programes de tractament de dades estadístiques el programa sol·licitarà la codificació numèrica. Les preguntes del qüestionari també han d'estar codificades (P1, P1.a, P2, etc.).

P1. Quin és el seu estat civil?:

1. Fadrí-na
2. Parella de fet
3. Casat/da
4. Divorciat/da
5. Vidu/a





## L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

CODIFICACIÓ: qüestions a tenir en compte

La codificació de preguntes **qüestionades** se sol presentar directament en el qüestionari. En el cas de preguntes obertes la codificació ha de fer-se una vegada que s'ha recollert la informació. En primer lloc, es llisten les respostes obtingudes de manera oberta, i posteriorment s'agrupen en categories, a les quals se'ls assigna un codi (normalment aconseguen 2 dígit).

A les categories “No sap” i “No contesta” se'ls solen assignar codis separats dels previstos per al sistema de categories de la variable (p.ex.: 8=No sap i 9=N.C.)

No és recomanable que hi hagen més de 10 codis per variable.

Si una opció de resposta arreplega menys del 5% de les respostes no és molt útil.

L'opció “Altres” no ha de registrar més del 10% de les respostes.

Les categoritzacions ordinals han de respectar l'ordre.

## Selecció dels casos: el mostreig

Impossibilitat de  
preguntar a tota  
la població



Selecció d'una  
mostra

Una **MOSTRA** és un conjunt de casos o individus que procedeix d'una població, i que compleix les següents característiques

- El nombre de subjectes que componen la mostra és inferior al de la població
- La mostra ha de ser representativa de la població estudiada
- El conjunt d'individus de la mostra són els subjectes realment estudiats





# Selecció dels casos: el mostreig

## CONCEPTES CLAU EN EL MOSTREIG (I)

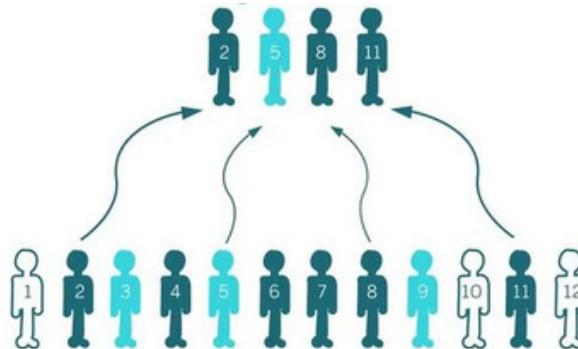
**Univers poblacional (N)** Conjunt d'unitats de les quals es vol aconseguir una informació. Les unitats de l'univers poblacional no tenen per què ser únicament persones: poden ser llars, famílies, empreses, associacions, etc.

**Marc mostral** És un llistat de les unitats a estudiar que tenen probabilitat de formar part de la mostra. Exemple: Cens d'habitants, guies de telèfons, llistats d'usuaris de serveis, etc.

**Mostra** És la selecció de les unitats concretes de la població que anem a estudiar

**Grandària mostral (n)** Nombre d'unitats finalment seleccionades per a entrevistar

$$n = \frac{K^2 p q}{e^2}$$



$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$



# Selecció dels casos: el mostreig

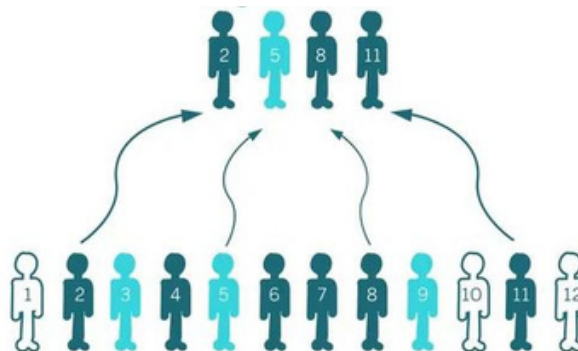
## CONCEPTES CLAU EN EL MOSTREIG (II)

**Nivell de confiança (K o de vegades  $\sigma$ )** Grau de confiança que volem assolir en les nostres prediccions. Quanto més confiança vulguem, més gran haurà de ser la mostra. Se sol treballar amb  $K=2=95'5\%$  o  $K=3=99'7\%$ .

**P-Q** És la probabilitat d'èxit (P) o fracàs (Q) en la predicció de resposta a una variable. Normalment no sabem com es comportarà la població i, per tant, assumim la pitjor de les situacions, és a dir,  $P=Q=50\%$

**E (oe)** És l'error que estem disposats a assumir. Normalment, per damunt de  $\pm 5\%$  és considerat ja un error gran.

$$n = \frac{K^2 p q}{e^2}$$



$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$



# Selecció dels casos: el mostreig

## MOSTREIG PROBABILÍSTIC I MOSTREIG NO PROBABILÍSTIC

Mostreig probabilístic	Mostreig no probabilístic
Quantitatiu Tots els casos	Qualitatiu
tenen la mateixa probabilitat de ser seleccionats	No tots els casos tenen la mateixa probabilitat de ser seleccionats
És "cec" a l'hora de seleccionar els casos	L'investigador tria els casos que més li interessin (més rics en informació o més a l'abast)
No requereix un coneixement a fons de la població a estudiar	Requereix un coneixement major de la població a estudiar
Persegueix la inferència estadística	Persegueix la inferència lògica
Requereix una mostra amb major nombre de casos	No és indispensable un volum massa elevat de casos



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## ESTRUCTURA DEL QÜESTIONARI: EL PRETEST

El **Pretest** o **prova pilot** implica l'aplicació del qüestionari a una reduïda mostra de població abans de començar el treball decamp.



Ens ajuda, entre altres coses, a:

- Esbrinar la durada de l'entrevista
- Posar a prova la consistència de l'estructura temàtica del qüestionari.
- Posar a prova la pertinència i correcció dels enunciats i respostes que componen el qüestionari
- Incloure noves preguntes o categories de resposta no previstes a suggeriment de la mostra del pretest.
- Excloure preguntes o categories de resposta considerades com a marginals o mancades d'interès per part de la mostra del pretest

L'objectiu és corregir possibles errors abans de començar a aplicar el qüestionari sobre tota la població.

# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

## FONTS D'ERROR: BIAIXOS EN L'ENTREVISTA

- Quan s'aplica un qüestionari, amb freqüència es produeixen errors derivats del context de l'entrevista. Aquests errors, coneguts també com a **biaixos**, cal tractar d'evitar-los, ja que poden fer disminuir la qualitat de la informació arreplegada sense intenció. En l'entrevista existeixen diverses *fonts de biaix*. Les principals són:
  - - oErrors que introdueix l'entrevistador.
    - oErrors que introdueixen les preguntes (atribuïble a l'investigador).
    - oErrors que introdueix l'entrevistat.





## L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

---

FONTS D'ERROR: BIAIXOS EN L'ENTREVISTA. Errors que introdueix l'entrevistador

Biaix de **PROBING**: quan l'entrevistat no dona una resposta adequada i l'entrevistador cerca una resposta que sembla més completa i rellevant

Biaix de **TRANSCRIPCIÓ**: L'entrevistador, en lloc d'anotar directament la resposta, el que fa és interpretar-la. O també pot fer una lletra poc intel·ligible

Biaix de **MOTIVACIÓ**: Actitud d'escassa motivació que provoca la mateixa reacció a l'entrevistat, que respon de qualsevol manera.

Biaix de **CONTEXT**: Es genera quan l'aplicació del qüestionari es realitza de forma grupal, en lloc de ser una interacció única entre entrevistador i entrevistat. Risc de resposta socialment desitjable.



## L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

---

FONTS D'ERROR: BIAIXOS EN L'ENTREVISTA. Errors que introdueixen les **preguntes**

Error de **REDACCIÓ**: Quan la pregunta no està correctament redactada (Ex. Quina no és la freqüència de visites que fa el museu?) i l'entrevistador es veu obligat a donar explicacions introduint un biaix.

Error de **SEQÜÈNCIA**: Error en la seqüència de les categories de resposta, que pot induir a confusió (Ex: molt important - poc important - bastant important - gens important).

Error d'**ESTRUCTURA**: Es produeix quan es barregen temes, quan no es tracten els temes en bloc i es va saltant d'un a un altre.



# L'entrevista estandarditzada: disseny del qüestionari

FONTS D'ERROR: BIAIXOS EN L'ENTREV. Errors que introdueixen els **entrevistats**

**FACTORS SOCIALS:** Quan accedeix a respondre el qüestionari per cortesia però amb desinterès o quan respon el que és socialment desitjable.

**FACTORS PERSONALS:** L'entrevistat no coneix o no recorda l'objecte pel qual se li pregunta.

Error **SISTEMÀTIC:** L'entrevistat respon sistemàticament a una mateixa categoria de resposta.

Error **ALEATORI:** L'entrevistat respon a l'atzar.

La **NO RESPOSTA:** És una altra font important d'error.



## Maneres d'aplicació del qüestionari

Quan utilitzem un qüestionari en una investigació, hem de decidir quina va a ser la manera d'aplicació de l'entrevista. Aquesta elecció ve determinada per quatre elements:

- Els objectius de la investigació.
- Les característiques i composició de la mostra.
- El pressupost del que disposem.
- El temps que disposem.



Maneres d'aplicació del qüestionari:

Autoaplicat  
Cara a cara  
Per telèfon •  
Web/email



# Maneres d'aplicació del qüestionari

## Cara a cara



### Avantatges

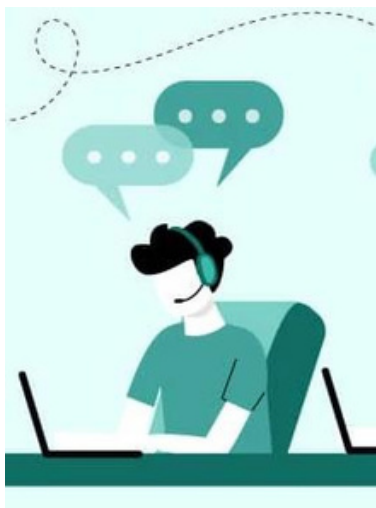
- Elevada taxa de respostes
- Possibilitat d'aclarir dubtes per part de l'entrevistador.
- Possibilitat d'insistir per a obtenir respostes.
- Pot durar bastant temps.

### Inconvenients

- Elevat cost.
- Reactivitat de l'entrevistat.
- Biaixos per la interacció de l'entrevistador.

# Maneres d'aplicació del qüestionari

## Per telèfon



### Avantatges

- Rapidesa en l'obtenció de la informació.
- Cost reduït.
- Permet accedir a les llars.
- Permet entrevistar a persones de difícil localització.
- Enregistrament de les dades simultània a l'aplicació del treball de camp.
- Baixa reactivitat per part de l'enquestat.

### Inconvenients

- Baixa taxa de respostes.
- Problemes de disseny del marc mostral.
- Solament és útil en qüestionaris curts.
- No permet utilitzar ajudes visuals.
- Existència d'obstacles físics: soroll, gent, etc.



# Maneres d'aplicació del qüestionari

## Au to aplicat



### Avantatges • Intimitat

- Temps per a la reflexió
- Privacitat • Baix cost

### Inconvenients

- Validesa i representativitat de la mostra.
- Ha de ser breu.
- No es controla la seqüència amb que l'entrevistat lligi respon a les preguntes.
- Baixa taxa de resposta.
- Alta taxa d'abandó.
- Impossibilitat de controlar qui respon



# Maneres d'aplicació del qüestionari

## Web / email



### Avantatges

- Rapidesa en l'obtenció de la informació.
- Baix cost.
- Enregistrament de les dades simultània a l'aplicació del treball de camp.
- Flexibilitat en el temps per a respondre
- Privacitat.

### Inconvenients

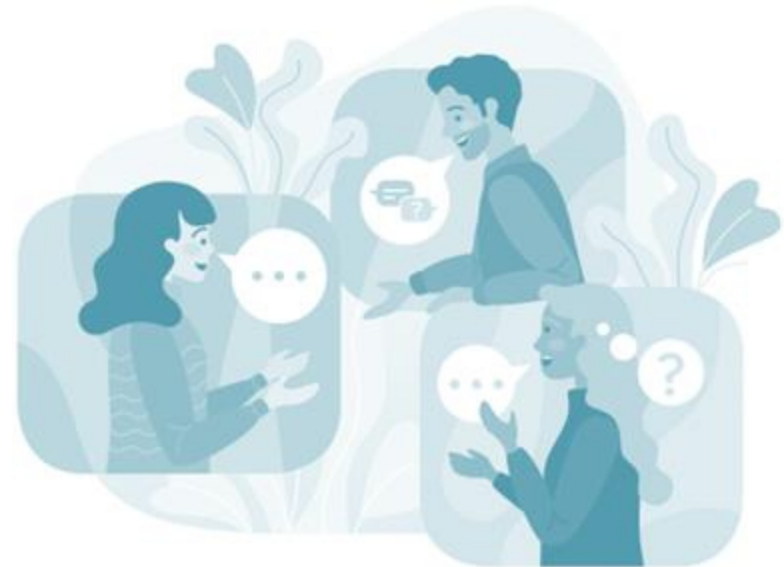
- Validesa i representativitat de la mostra.
- Baixa taxa de resposta.
- Alta taxa d'abandó.
- Impossibilitat de controlar qui respon



# Control i supervisió del treball de camp

## SELECCIÓ DELS ENTREVISTADORS

- Nivell cultural mitjà.
- Amb habilitats socials.
- Amb cert ordre i meticulositat.
- Interès per les persones.
- Honest.
- Amb formació sobre la tècnica de l'enquesta.
- Formació sobre la investigació.





# Control i supervisió del treball de camp

## FORMACIÓ DELS ENTREVISTADORS

Consisteix a ensenyar tècniques i regles bàsiques per a entrevistar.

- Obtenir cooperació de l'entrevistat.
- Crear un bon clima sense ser amistós.
- Llegir les respostes sense esbiaixar a l'enquestat.
- Familiaritzar-se amb el qüestionari.
- Conèixer les instruccions d'ús.

La formació sol ser en reunions de grup (*briefing*).

Se'ls lliura el manual del qüestionari, del treball de camp i es crea un carnet d'enquestador



# Control i supervisió del treball de camp

## SUPERVISIÓ DEL TREBALL DE CAMP

- El supervisor es crea un fitxer de tots els enquestadors amb tots els detalls i les observacions d'aquests en els qüestionaris.  
Es genera un registre dels qüestionaris
- amb les variables de control del treball de camp i es duen a terme comprovacions al camp .
- Exigeix mantenir contactes freqüents amb els enquestadors sobre les facilitats i dificultats.





## Gravació i anàlisi de la informació

Es realitza amb l'ajuda de **paquets informàtics de tractament de dades estadístiques**. Aquests programes són gairebé indispensables per a contrastar les hipòtesis, ja que el volum de dades manejades en una mostra de qüestionaris fan difícil un tractament manual.



**ANÀLISI DESCRIPTIVA:** Anàlisi **univariable**: ens permet veure variable per variable com es distribueixen les respostes dels subjectes, i els estadístics associats a aquestes variables. Anàlisi **bivariable**: ens permet analitzar informació creuada de dues variables, establint lectures de relació, associació o dependència. Anàlisi **multivariant**: ens permet establir lectures sobre les interrelacions d'un conjunt de variables escollides en un mateix plànol d'anàlisi.



# **TEMA 3**

## **Tècniques qualitatives aplicades al desenvolupament social**

## 3.0 INTRODUCCIÓ

1. La investigació qualitativa
2. Observació
3. Entrevista
4. Grup de Discussió
5. Grup Triangular
6. Delphi



## 3.1.1 DISSENY DE LA INVESTIGACIÓ QUALITATIVA

- - Disseny desestructurat, obert i en construcció.
  - Representació inferida. Casos no representatius.
- Instrument variable: No estandarditzat.
- Dades riques i profundes. No superficialitat.



# 3.1.1 DISSENY DE LA INVESTIGACIÓ QUALITATIVA

ANÀLISI DE DADES:

--

De l'anàlisi per variables a l'anàlisi per subjectes.

L'objecte és la comprensió dels subjecte i no l'explicació del comportament de les variables.

PRESENTACIÓ DE RESULTATS:

De les taules als fragments d'entrevistes... narració.

--

De les correlacions i models causals a les classificacions i els tipus ideals.

- De la generalització a l'especificació.



## 3.1.2 LA QUALITAT DE LA INVESTIGACIÓ QUALITATIVA

- Veracitat/credibilitat
- - - Aplicabilitat/transferibilitat

Font: <https://ateneu.xtec.cat/wiki/form/wikiexport/cmd/rec/rec1/b3/b3t2>

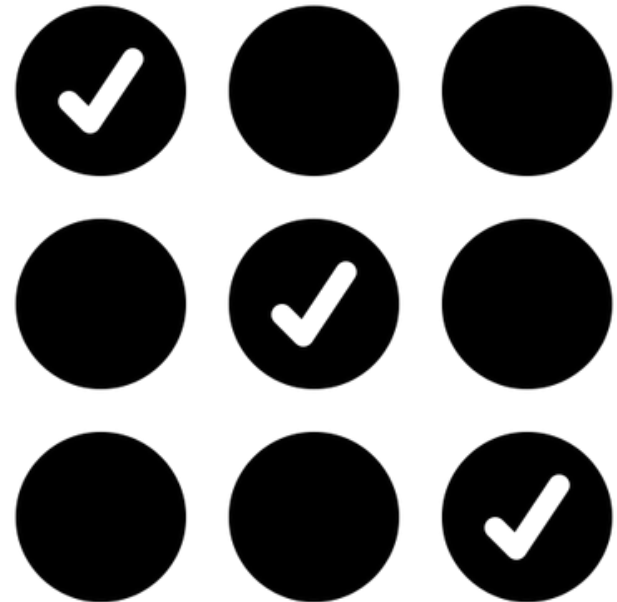
Consistència/dependència

Neutralitat/confirmabilitat



## 3.1.3 LA MOSTRA QUALITATIVA

- No representativa
- Estructural (posicions/rols)
- Intenció de profunditat
- Captació de discursos
- Criteri de saturació



## 3.1.3 LA MOSTRA QUALITATIVA

- No representativa
- Estructural (posicions/rols)
- Intenció de profunditat
- Captació de discursos
- Criteri de saturació

### ACOMODACIÓ RURAL

#### Entrevistes

##### 1. Mostra territorial

Demarcació	MAR	AR	R
Castelló	Vallibona OK	Jérica	
València	Carrícola OK		Ayora
Alacant	La Vall de Laguar OK	Penàguila	

##### 2. Mostra perfils per contactar

Per cadascun dels poble cal preparar 6 entrevistes a 3 perfils diferents. El total d'entrevistes a concertar **és de 36**:

1. Serveis socials, polític/a local, metge/ssa, mestre/a... amb coneixement del tema o de casos concrets de persones nouvingudes.
2. Persona nouvinguda (anar variant el temps que fa que han vingut, prioritat per les que estan en crisi o casos singulars o curiosos)
3. Persona de grup de relació amb persona nouvinguda present o antiga.

## 3.1.3 LA MOSTRA QUALITATIVA

- No representativa
- Estructural (posicions/rols)
- Intenció de profunditat
- Captació de discursos
- Criteri de saturació

### ESTUDI SOBRE LA PARTICIPACIÓ AL MEDI RURAL DEL PAÍS VALENCIÀ

#### Mostra estructural

- Zona 1: Els Ports - Baix Maestrat (Tinença de Benifassà) , Alt Maestrat
- Zona 2: Alt Millars - Alt Palància
- Zona 3: Racó d'Ademús i La Serrania
- Zona 4: Vall de Cofrents, Canal de Navarrés, La Costera
- Zona 5: Marina Alta – El Comtat
- Zona 6: Alt Vinalopó – Vinalopó Mitjà

POBLES DE MENYS DE 2.500 HABITANTS...

10 GRUPS TRIANGULARS I/O ENTREVISTES

ZONES	PERFIL TÈCNIC	PERFIL POLÍTIC	PERFIL S. C. ORG.
1. Castelló Nord Int  Els Ports, Alt i Baix Maestrat, La Plana Alta	Dani, 32 anys CDR <u>Albocasser</u> , neorural.	Santi, 50 aprox, alcalde de <u>Forcall</u> , rural	Jordi, 45 aprox, bomber, neorural, <u>massos</u> .
2 Castelló Nord Int  La Plana Alta ( <u>Benloc</u> )	ADL <u>Benloc</u> , dona, 40 anys	Alcaldeessa <u>Vilafamés</u> , 30-35 anys	Presidenta Associació La Murà (dances, folklore... també està a la banda...) <u>Vilanova d'Alcolea</u>

## 3.1.4 L'OBJECTIU DE LA INVESTIGACIÓ QUALITATIVA

- Identificar discursos socials
- Explicar-los
- Relacionar-los
- Per fer emergir patrons

### INFORMES INVESTIGACIÓ QUALITATIVA

- Participació rural
- Bretxa digital

# L'OBSERVACIÓ

---

## 3.2 OBSERVACIÓ

- Directa /indirecta
- Participant /no participant
- Individual /en equip
- De camp /de laboratori

Malinowski amb nadius, Trobriand Islands, 1918 (Wikipedia)



# L'observació

---

## OBSERVACIÓ

- L'observació és la captació d'informació de l'entorn.
- Aquesta captació es pot fer de forma científica.
- L'observació com a tècnica és "la descripció sistemàtica d'esdeveniments, comportaments i artefactes en l'escenari social triat per ser estudiat" (MARSHALL i ROSSMAN, 1989)

## TIPOLOGIES

- **Di rec ta**/in dir ecta
  - **Participant**/no participant
  - **Individual**/en equip
  - **De camp**/de laboratori
-

# L'observació no participant

---

## MECÀNICA

- Captació d'informació de l'entorn sense la intervenció en aquest.
- Perspectiva ETIC (M. Harris)

## VIRTUTS

- Se li pressuposa molta objectivitat en no ser intervencionista.
- No implica personalment a l'investigador/a.

## USOS

- Més apropiada per a fets socials periòdics o esporàdics, però no continuats. És difícil detectar relacions profundes o estructurals, però és una tècnica ràpida.
  - És freqüent en ciències físiques i no tant en les socials.
-

# L'observació participant

---

- L'observació és el mètode clàssic d'investigació social.
- L'OP és una tècnica de producció de dades socials que consisteix en la inserció de l'investigador o de la investigadora en l'interior d'un grup estudiat, alliberant-se de prejudicis i integrant-se en ell per a comprendre millor els seus rituals i significats culturals, amb l'ús dels 5 sentits, diverses tècniques concurrents, de forma sistemàtica i reflexiva.

## **A LA RECERCA DE SIGNIFICATS, D'ESTRUCTURES I DE PRÀCTIQUES**

- Perspectiva EMIC (M. Harris)
  - Útil per a la detecció de significacions de pràctiques socials i d'estructures relacionals a diferents nivells.
  - Combinable amb altres tècniques.
-

# L'observació participant

---

## UTILITAT (BERNARD, 1994)

1. Fa possible recollir diferents tipus de dades. Estar en aquest espai durant un període de temps familiaritza l'investigador amb la comunitat, i per tant facilitant involucrar-se en activitats delicades a les quals generalment no hauria estat convidat.
  2. Redueix la incidència de "reactivitat" o la gent que actua d'una manera especial quan adverteixen que estan sent observats.
  3. Ajuda a l'investigador a desenvolupar preguntes que tenen sentit en el llenguatge natiu, o que són culturalment rellevants.
  4. Atorga a l'investigador una millor comprensió del que està passant a la cultura, i atorga credibilitat a les interpretacions que dona a l'observació. L'observació participant també faculta l'investigador a recollir tant dades qualitatives com quantitatives a través d'enquestes i entrevistes.
  5. De vegades és l'única manera de recollir les dades correctes per al que un està estudiant.
-

# L'observació participant

---

## QUAN FER-NE ÚS

- Treball en grups, per a la captació del comportament col·lectiu, la cultura (en el sentit antropològic) i els conflictes interns.
  - Útil per fer aproximacions a cosmovisions de grups, com més diferents a la visió predominant millor.
  - Adient per a aproximació a grups no massa coneguts, o sense una determinació suficient de les problemàtiques que li afecten, grups ocults, al marge de la llei...
  - Ideal per a captar elements més enllà de la conversa: ambient, llenguatge no verbal, temporització d'escenes... o de temes sobre els que no es vol parlar (per pudor, por, etcètera...)
  - Adient per a investigacions amb subjectes que no poden parlar (nadons, persones en coma, amb discapacitat...)
  - Adequat per contrastar conceptes tractats en entrevistes. (metodologia)
  - Tècnica útil per a estudis exploratoris.
-

# L'observació participant

---

## COM FER-NE ÚS

- Necessari coneixement previ de la realitat a estudiat i de la tècnica de la que s'ha de fer ús.
- Sempre es fa servir en concurrència amb altres tècniques (entrevista, revisió documental, recopilació de dades, tècniques gràfiques ...).

## QUÈ OBSERVAR

- Discontinuitats, regularitats, excepcions, normes, atacs, defenses...

## COM OBSERVAR

1. Ambient físic.

2. Participants.

3. Activitats i interaccions. La seua durada, aspectes simbòlics,

---

# L'observació participant

---

## MOMENTS

### 1. Preparació i entrada en el Camp

1 Documentació

· Aproximació

2 Negociació

· Visita inicial

### 2. El desenvolupament de l'OP\*

### 3. Eixida del Camp

4

·

\*Leininger, Madeleine. Qualitative research methods in nursing. Orlando: Grune & Stratton, 1985. Cap.3:33-71.

---

# L'observació participant

---

## MOMENTS

### 1. Preparació i entrada en el Camp

### 2. El desenvolupament de l'OP\*

- 1 Fase d'observació primària: Observació a gran nivell abans de ser influenciat/da per l'entorn.
  - Observació amb participació: Interacció entre investigador/a i subjectes.
- 2 Participant amb observació: Involucració plena de la part investigadora entre la comunitat.
  - Fase reflexiva: Organització, anàlisi i confirmació de les informacions amb les comunitat estudiades.

### 3. Eixida del Camp

·

4

·

\*Leininger, Madeleine. Qualitative research methods in nursing. Orlando: Grune & Stratton, 1985. Cap.3:33-71.

---

# L'observació participant

---

## MOMENTS

1.Preparació i entrada en el Camp

2.El desenvolupament de l'OP\*

3.Eixida del Camp

- 1 El moment final es determina en el propi desenvolupament de l'anàlisi.
  - . Hi ha altres condicionants com els recursos disponibles, o imperatius de qualsevol altre tipus.
- 2 Moment delicat pels vincles emocionals. Cal preparar acomiadament per deixar una bona relació per si cal tornar, i per pura bona educació i respecte amb els subjectes.
  - .
- $\frac{4}{3}$ . Recomanació de pausa abans d'enfrontar-se amb la redacció, per aconseguir certa distància.
  - .

\*Leininger, Madeleine. Qualitative research methods in nursing. Orlando: Grune & Stratton, 1985. Cap.3:33-71.

---

# L'observació participant

---

## ACTITUD/RECOMANACIONS

1. No ser molest en el seu vestit i accions
  2. Tornar-se familiar amb l'escenari abans de començar a recollir dades
  3. Mantenir observacions curtes al començament per evitar saturar
  4. Ser honest, però no massa tècnic o detallat, en explicar als participants el que ell / ella està fent.
  5. Fer atenció, canviant d'un angle de perspectiva "ampli" a un "estret", concentrant-se en una sola persona, activitat, interacció, i llavors tornant la vista a la situació global.
  6. Buscar paraules clau en converses per impulsar una recol·lecció posterior del contingut de la conversa.
  7. Concentrar-se en el primer i l'últim comentari d'una conversa, ja que aquests són més fàcils de recordar
  8. Durant ruptures en l'acció, mentalment recrear observacions i escenes que un ha observat.
-

# L'observació participant

---

**FERRAMENTES:** El Quadern de Camp\*

- **Notes d'Observació (NO)** Descriuen l'aprehensió immediata de la realitat observada
  - **Notes Teòriques (NT)** Es relacionen amb reflexions personals pautades en referents teòrics, sobre el fet observat
  - **Notes Metodològiques (NM)** Es refereixen a reflexions personals subsidiades en els referencials metodològics, sobre el fet observat
  - **Notes Personals (NP)** Relaten els sentiments de l'observador davant determinades circumstàncies
- 
- Useu cites exactes quan siga possible; useu pseudònims per protegir la confidencialitat; descrigueu activitats en l'ordre en què ocorren; proporcioneu descripcions sense deduir un significat; incloueu informació rellevant de segon pla per ubicar l'esdeveniment; separeu els propis pensaments i suposicions del que un realment s'observa; registreu la data, hora, lloc i nom de l'investigador en cada conjunt de notes. (SCHENSUL, SCHENSUL y LeCOMPTE, 1999)

# L'observació participant

---

## MODALITATS/POSICIONS (GOLD 1958)

**1.Participant complet**, qui és un membre del grup que està sent estudiat, i qui oculta al grup el seu rol d'investigador per evitar interrompre l'activitat normal.

**2.Participant com a observador**, l'investigador és un membre del grup estudiat, i el grup és conscient de l'activitat de recerca.

**3.L'observador com a participant** faculta l'investigador a participar en les activitats grupals com és desitjat, si bé el rol principal de l'investigador en aquesta postura és recollir dades, i el grup estudiat és conscient de les activitats d'observació de l'investigador.

**4.L'observador complet**, (Observació No Participant) en la que l'investigador/a és completament ocult mentre observa.

---

# L'observació participant

---

## PROBLEMES

- El grup investigat tendeix a modificar la seua conducta en sentir-se observat. L'efecte, però, acaba sent parcialment neutralitzat per l'assimilació de l'observador per part del grup. En aquest sentit és útil com a tècnica menys reactiva que altres en les que s'obté la informació en un moment concret.
  - És una tècnica lenta i d'alta implicació personal per part de l'investigador o la investigadora.
  - La informació obtinguda depèn de la perícia personal i de qüestions com el gènere. En aquest últim cas la cultura observada pot tractar diferent els gèneres.
  - Siga com siga, l'investigador/a té, sempre, certa posició de poder i prejudicis.
-

# L'observació participant

---

BIAIXOS (Campbel i Stanley 1995)

**a) Història:** Errades per no haver percebut correctament els antecedents d'un moment observat: Reduïble amb lectures i entrevistes prèvies.

**b) Maduració:** Els subjectes estudiants experimenten canvis en el propi procés. Especialment els informants clau.

**c) Efectes reactius:** La pròpia investigació afecta el comportament del grup.

**d) Canvis en l'observador:** Pèrdua del rol d'investigador per "conversió" a nadiu: C autoreflexió.

**e) Situacions:** Errades derivades de la insuficient contextualització del fet observat

---

# L' ENTREVISTA

---

# L'entrevista

---

## **DEFINICIÓ (RUÍZ OLABUÉNAGA, 2007)**

Tècnica d'obtenció d'informació, mitjançant una conversa professional amb una o diverses persones per a un estudi analític d'investigació o per contribuir en els diagnòstics o tractaments socials.

## **OBJECTIUS**

En particular, l'entrevista en profunditat pretén conèixer el punt de vista del subjecte entrevistat:

- Els seus marcs de referència
- Els seus significats
- Els seues esquemes d'interpretació

En general, es fa servir per a identificar

- Els discursos socials conscients però sobretot inconscients que es desprenen de l'ús del llenguatge en una conversa.
-

# L'entrevista

---

## L'ENTREVISTA CIENTÍFICA I ALTRES TIPUS D'ENTREVISTA

### **a)Entrevista periodística:**

- Coneixement d'un fet o opinió
- Intenció de publicació

### **b)Entrevista de treball**

### **c)Entrevista d'assessorament, comercial...**

### **d)Entrevista policíaca / judicial:**

- Interrogatori a acusats
- Entrevista cognitiva a testimonis

### **e)Entrevista mèdica**

---

# L'entrevista

---

## L'ENTREVISTA CIENTÍFICA (PATTON 1990)

**a)Entrevista conversacional informal:** sorgiment i realització de les preguntes en el

marc d'una conversa informal.

**b)Entrevista basada en guió (en profunditat):** Caracteritzada per comptar amb un

guió de temes a tractar, i per la seua formalització a l'hora de ser convocada.

**c)Entrevista estandarditzada oberta (semiestructurada):** Llistat de preguntes iguals

per a tots/es les entrevistades, però amb llibertat de resposta.

**d)Entrevista estandarditzada tancada (qüestionari):** Entrevista quantitativa basada

en preguntes i respostes tancades.

---

# L'entrevista

## TIPUS DE PREGUNTES

CUADRO 6.1. Tipos básicos de preguntas, según el grado de *estructuración*.

<i>Tipos básicos</i>	<i>Combinación E + R</i>	<i>Ejemplo</i>
Pregunta desestructurada	Estímulo y Respuesta libre	"¿Qué le impresionó más en este film?"
Pregunta semiestructurada	Tipo A, E: libre R: estructurada Tipo B: E: estructurado R: libre	"¿Qué aprendió de este panfleto que no hubiese conocido antes?"  "¿Cómo se sintió en la parte que describe la exclusión del servicio militar de J. en tanto psiconeurótico?"
Pregunta estructurada	Estímulo y respuesta estructurados	"Juzgando a partir del film, ¿cree que el equipo de batalla alemán era mejor, igual de bueno, o peor que el equipo usado por los americanos?"

Fuente: Basado en Merton & Kendall (1946: 546-549).

# L'entrevista focalitzada

---

Es pot produir en diferents formats (oberta, semiestructurada o tancada) però té un conjunt de característiques especials:

- Les persones entrevistades han estat exposades a una situació concreta - controlada o no-.
  - Eixa situació ha estat estudiada prèviament de forma que s'han formulat hipòtesis.
  - El guió de l'entrevista s'ha elaborat a partir d'eixe anàlisi i de les hipòtesis proposades.
  - L'entrevista es centra en experiències subjectives per a contrastar hipòtesis o efectes no previstos.
-

# L'entrevista focalitzada

---

## MECÀNICA

- No directiva: Promou les respostes no condicionades i lliures.
- Específica: Anima a les respostes concretes i no difuses o genèriques.
- Amplitud: Indaga en un ample conjunt de respostes per part de la persona en trevista da .
- Profunda y contextual: Com que pretén obtenir implicacions valoratives cal avaluar el context social, ideològic etc... que ajuden a situar la resposta.

(Miguel S. Vallés, 1997: Técnicas cualitativas de Investigación Social. Síntesis

so cio lo gía )

---

# L'entrevista especialitzada

---

Es tracta d'entrevistes a persones coneixedores d'aspectes especials, experts en algun tema d'interés per a la investigació.

- Tractament a la persona entrevistada de forma diferent a la mostra convencional. Guió específic.
  - S'anima la persona entrevistada a estructurar el relat i a destacar allò que ell considere de major importància. No és l'investigador qui porta l'entrevistat cap allò més interessant, sinó que està al que la persona entrevistada aporte. LA persona entrevistada és l'experta que ens cedeix informació.
-

# L'entrevista semiestructurada

---

La definició d'aquesta mena d'entrevistes depèn de l'escola a què ens adherim. En aquesta lliçó l'entrevista semiestructurada es refereix a

- Tècnica conversacional de poca coacció.
    - Basada en preguntes concretes que es responen lliurement.
    - Producció d'informació de doble canal:
      - 
      - Oral: Allò que es desprèn, es pot interpretar de les paraules dites.
      - Gestual: Postures, pauses, expressió facial...
  - Té intenció de informació relativament centrada sobre els temes investigats, relatiu a valoracions i experiències més o menys concretes.
-

# L'entrevista semiestructurada

---

## USOS

- Són molt útils com a element preparatori d'una enquesta.
  - I com a mecanisme orientador de la certesa d'una hipòtesi.
  - Tècnica ràpida, amb interacció limitada i poc temps de realització.
  - La informació que s'obté és rica però relativament fàcil d'analitzar.
  - Fa possible l'anàlisi de moltes respostes i permet captar bé la diversitat d'a qu estes.
  - Cal situar socialment molt bé la persona entrevistada.
-

# L'entrevista semiestructurada

---

## AVANTATGES

- Tècnica molt econòmica: ràpida
  - Fàcil d'executar per persones entrevistadores externes al projecte.
  - Capta bé diversitat d'opinions.
-

# L'entrevista semiestructurada

---

## DESAVANTATGES

- La informació que s'obté és més bé de contrast.
- És difícil arribar a captar discursos socials amb tota la seua complexitat.
- És més útil per captar les valoracions i opinions que motivacions profundes per la rapidesa i la manca del clima que sí té l'entrevista en profunditat.
- És assimilable a un qüestionari amb totes les preguntes obertes.

..

---

# L'entrevista semiestructurada

---

## EL QÜESTIONARI

- Preguntes concretes.
- Ordenades per blocs:
  - Identificació i caracterització de la persona entrevistada.
  - Bloc de preguntes d'allò més general a allò més concret o profund.

## Exemples:

- <https://docs.google.com/document/d/1r5694htlay1-6jUMahP1mojXcM1CjBE0GlxumHVPwz4/edit#heading=h.gjdgxs>
  - <http://repositorio.ryuista.edu.co/bitstream/handle/11634/3123/Anexo%20A-GUION%20Y%20METODOLOGIA-%20ENTREVISTA%20SEMIESTRUCTURADA%20DE%20PROFUNDIDAD-Dr%20CHAUX.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
-

# L'entrevista en profunditat

---

- a) Tècnica conversacional que minimitza la coacció.
  - b) Basada en un guió i no en preguntes concretes
  - c) Producció d'informació de doble canal:
    - Oral: Allò que es desprèn, es pot interpretar de les paraules dites.
    - Gestual: Postures, pauses, expressió facial...
  - d) No té intenció de reduir les dades a nombres, sinó de percebre marcs d'interpretació, discursos, entorns ideològics.
  - e) No medeix, intenta comprendre.
  - f) Tècnica progressiva d'interacció entrevistador-entrevistat que els atorga responsabilitat i control.
-

# L'entrevista en profunditat

---

## USOS

- Quan cal aproximar-se a l'experiència subjectiva.
  - Quan és important determinar allò a què els entrevistats donen importància.
  - Quan cal determinats sentits de conceptes en fases prèvies a l'elaboració de qüestions.
  - Per contrastar informació obtinguda amb tècniques quantitatives.
-

# L'entrevista en profunditat

---

## RECURSOS

- L'entrevista efectiva es basa en la creació d'un clima de relativa confiança.
  - L'empatia és un element necessari per extreure informació rellevant de l'entrevistat.
  - La fluència d'aquesta informació es produeix quan la conversa es normalitza i es fa entre "iguals".
  - Cal enregistrar l'entrevista per la seua posterior transcripció i anàlisi.
  - Espai adient.
  - Temps suficient.
  -
-

# L'entrevista en profunditat

---

## DESAVANTATGES

- La prolongada durada de les entrevistes.
  - La necessària implicació directa de l'investigador en la fase d'entrevista i d'a nà lisi.
  - La possible diferència entre allò que l'entrevistat diu i allò que efectivament fa.
  - ...
-

# L'entrevista

---

## MECÀNICA: LA MOSTRA

### A QUI?

La selecció de la mostra segueix criteris estructurals: És fonamental el coneixement teòric previ de qualitat.

- No es cerca representativitat estadística.
- Es cerca representativitat estructural:
  - Pràctiques significants
  - Posicions de significació

### A QUANTS?

- Als necessaris per a que els discursos presents en la comunitat tractada estiguen presents.
  - Criteri de redundància informativa: saturació
-

# L'entrevista

---

## MECÀNICA: EL GUIÓ

- Fonamentació teòrica prèvia.
  - Coneixement de l'informant i del seu perfil per evitar preguntes obvies o inoportunes o impertinents.
  - Elaboració de guió basat en temes. Es poden escriure preguntes, però el seu ordre i formulació és flexible.
  - En el transcurs de l'entrevista poden sorgir nous temes no planificats. L'entrevistador ha d'avaluar contínuament el seu valor. Temes nous en una entrevista tenen més valor per obrir nous camins en entrevistes futures que en la pròpia (per això és oportú transcriure immediatament).
  - L'ordre sol respondre a una preconfiguració en forma d'embut: D'allò general a allò més particular.
-

# L'entrevista

---

## MECÀNICA: L'ENTREVISTA

- **ESPAI**

- Cerca d'espai i ambient òptim per a que l'informant es trobe còmode durant l'entrevista.

- Cal tenir en compte les connotacions polítiques de certs espais com per exemple institucions governamentals, religioses....

- Cal trobar espais tranquils i sense distraccions.

- Cal mantenir la intimitat

- **TRANSCURS**

- Cal explicar els objectius de la investigació.

- S'han de repetir preguntes per a que queden clares.

- Es poden repetir respostes per assegurar-nos que s'ha volgut dir allò dit.

- Aprendre a manejar les pauses i silencis.

- Cal fer manifestacions d'interès o enteniment que reconforten l'entrevistat.

- Sol·licitar exemples, experiències, etcètera.

- Cal anar anotant temes tractats, temes per tractar...

---

# L'entrevista

---

## MECÀNICA: L'ENTREVISTA: RELLANÇAMENT

- **Silenci:** estimula a que l'informant continue la conversa
  - **Eco:** la repetició de la última frase pot animar a continuar la conversa
  - **Resum:** Recapitular ajuda a centrar la conversa
  - **Desenvolupament:** Demanar aprofundir un tema focalitza la conversa i rellança
  - **Insistència:** Quan no s'acaba de respondre a allò que s'ha preguntat es pot insistir en la pregunta i repetir-la
  - **Cita selectiva:** Ajuda a reprendre un tema, a centrar la conversa...
  - **Distensió:** En certs moments es pot pausar l'entrevista i reprendre després d'un cafè etc... De vegades es pot reprendre després d'haver-la acabat.
  - **Estimulació:** Es poden facilitar informació o dades que ajuden a l'entrevistat a centrar-se, recordar etc...
  - **Posposició:** En casos extrems es pot deixar l'entrevista per altre dia.
  -
-

# EL GRUP DE DISCUSSIÓ

---

## 3.4.1 EL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Tècnica grupal
- Emergència de discursos no evidents
- Inconscient estructural i psicoanàlisi

Font: <https://tangente.coop/un-grupo-sobre-el-grupo-de-discusion-con-la-participacion-del-colectivo-ioe/>



ILUSTRACIÓN: David Miedes

## 3.4.2 MECÀNICA DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Entre 6 i 10 persones
- Desconegudes mútuament (generalment)
- Mínima intervenció
- Tractament indirecte
- Confiança en què la conversa vaja dirigint-se a l'objecte

Font: <https://tangente.coop/un-grupo-sobre-el-grupo-de-discusion-con-la-participacion-del-colectivo-ioe/>



ILUSTRACIÓN: David Miedes

## 3.4.2 MECÀNICA DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Selecció de lloc neutre i condicionat
- Registre amb vídeo i àudio de la conversa
- Sense preguntes prefixades
- Provocació inicial
- Conductor amb alt coneixement del tema
- Tècniques de reactivació etc...

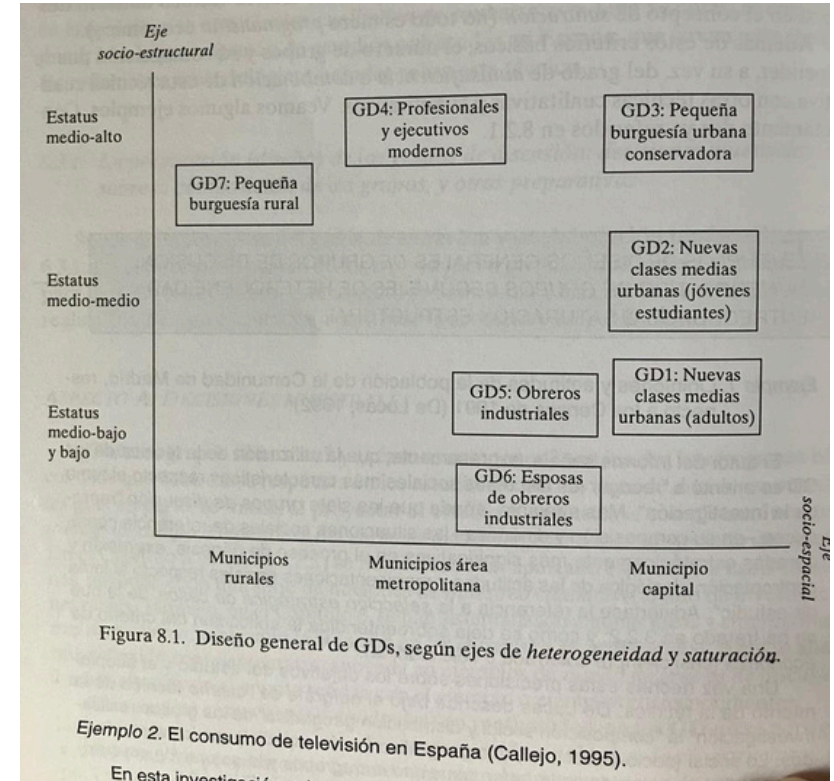
Font: <https://tangente.coop/un-grupo-sobre-el-grupo-de-discusion-con-la-participacion-del-colectivo-ioe/>



ILUSTRACIÓN: David Miedes

## 3.4.2 MECÀNICA DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Guió equivalent entrevista en profunditat
- Mostratge estructural limitat per disponibilitat, temps i recursos
- En funció de criteris teòrics d'estudi
- Heterogeneïtat entre grups i intragrups, sense arribar a posicions enfrontades o incompatibles (pos. cultural)



## 3.4.2 PREPARATIUS DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Captació
- Determinació lloc
- Detalls mentre i post

**ILUSTRACIÓN DE ASPECTOS DE DISEÑO:  
DECISIONES MUESTRALES SOBRE LA COMPOSICIÓN INTERNA  
DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN (DE LUCAS, 1992: 12-13)**

GD1: *Nuevas clases medias urbanas (adultos)*

*Sexo y estado civil:* Varones (4) y mujeres (4), casados.  
*Edad:* 30 a 40 años.

*Estatus socioeconómico:* medio-bajo.

"Profesión de los *varones*: empleados de empresas de servicios y trabajadores autónomos sin asalariados (taxistas, pequeños comerciantes y otros oficios independientes)."

"Profesión de los *mujeres*: amas de casa inactivas, esposas de empleados o trabajadores autónomos de igual categoría."

*Residencia:* Madrid capital.

GD2: *Nuevas clases medias urbanas (jóvenes estudiantes)*

*Sexo y estado civil:* Varones (4) y mujeres (4), solteros.

*Edad:* 18 a 22 años.

*Estatus socioeconómico:* medio-medio.

"Profesión de los *padres*: empleados de empresas de servicios, trabajadores autónomos sin asalariados (pequeños comerciantes, taxistas, etc.) o técnicos medios (peritos, oficios cualificados, etc.)."

"Condición de los *participantes*: estudiantes universitarios de ciencias sociales o humanidades, graduados medios en busca de empleo (algunos de ellos *objetores o insumisos*)."

*Residencia:* Madrid capital.

## 3.4.3 UTILITATS DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Trencament de discursos individuals condicionats
- Tractament de temes poc treballats
- Estudis de motivacions socials preconscients
- Preparació/avaluació enquesta
- Estudis de mercat
  - Avaluació de producte
  - Anàlisi de campanyes

Font: <https://tangente.coop/un-grupo-sobre-el-grupo-de-discusion-con-la-participacion-del-colectivo-ioe/>



ILUSTRACIÓN: David Miedes

## 3.4.4 CONVENIÈNCIA DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Costa agrupar a la gent
- Dificultats al rural per captar persones anònimes
- Bon reflex de la interacció social...

Font: <https://tangente.coop/un-grupo-sobre-el-grupo-de-discusion-con-la-participacion-del-colectivo-ioe/>



ILUSTRACIÓN: David Miedes

# EL GRUP TRIANGULAR

---

## 3.5.0 GRUP TRIANGULAR

- Grup focalitzat
- Format per tres individus + moderador/a
- Situats en eixos diferents sobre la matèria investigada



## 3.5.1 CONVENIÈNCIA GRUP TIRANGULAR

- Anàlisi profund discursos
- Estudi de prejudicis envers realitat (urb anormativ itat )
- De discursos individuals a discursos grupals
- Anàlisi de discursos de consens mínim
- Molt més senzill d'organitzar que el Grup de Discussió

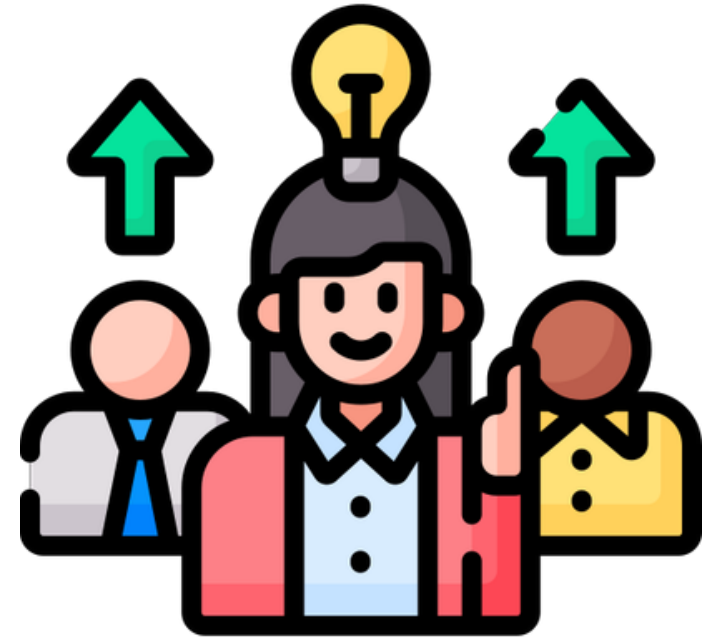


# DELPHI

---

## 3.6 RECURS A EXPERTS

- Tècnica de consulta i consens a experts
- Presentació de preguntes a conjunt d'experts anonimitzats
- Vàries passades per arribar a conclusió o criteri final



## 3.6 RECURS A EXPERTS

- Tècnica de consulta i consens a experts
- Presentació de preguntes a conjunt d'experts anonimitzats
- Vàries passades per arribar a conclusió o criteri final

*Puntúe de 0 a 10 cada indicador según su importancia para reflejar un compromiso político con la participación ciudadana en el ámbito municipal (ATENCIÓN: una misma puntuación, por ejemplo 9, no podrá ser otorgada más de 5 veces):*

Presencia visible de la participación en la página de inicio o el menú principal	
Existencia de un apartado dedicado a la participación dentro de la web municipal	
Existencia de una web propia para el área de participación externa a la web municipal	
Existencia de un espacio para el asociacionismo	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sección en la que se vehicula cómo constituir asociaciones</li> <li>• Espacio de apoyo a la gestión de asociaciones</li> <li>• Espacio donde se explica cómo pueden participar las asociaciones</li> <li>• Espacio donde se habilita la participación de las asociaciones</li> </ul>	
Presencia de un buzón de sugerencias, reclamaciones, consultas, etc. activo y con buen funcionamiento	
Respuesta a consulta	
Tiempo de respuesta a la consulta (días)	
Apartado con información sobre los consejos municipales (sectoriales o territoriales)	
Presencia de algún consejo municipal en la web (especificado)	
Número de consejos presentes en la web municipal	
Existencia de información sobre otros órganos de participación del municipio (juntas de barrio, mesas sectoriales...)	
Existencia en la página municipal de información sobre procesos participativos realizados por la sociedad civil organizada	
Existencia de recursos para la formación en participación	
Existencia de un espacio donde figure una declaración de intenciones en relación con la participación o el modelo participativo que se persigue	
Existencia de información sobre procesos participativos municipales en la página principal	
Existencia en otras áreas de la web municipal de algún apartado que informe sobre procesos participativos incluyendo páginas web externas municipales	
Existencia en otras áreas de la web de algún apartado que llame a la participación en procesos participativos de planificación municipal o similar durante la legislatura actual	
Posibilidad de descargar el Reglamento de Participación Ciudadana municipal o normativa referida al funcionamiento de la participación ciudadana con cierta entidad	
Existencia de canales interactivos de comunicación con el Ayuntamiento (APP móvil, chat web, redes sociales)	
Existencia de apartado sobre presupuestos participativos con referencia a procesos a partir de junio de 2019	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de (auto)reglamento de presupuestos participativos</li> <li>• Presencia de instrucciones sobre cómo participar</li> <li>• Presencia de un formulario para participar</li> <li>• Presencia de información sobre los resultados del proceso participativo a partir de junio de 2019</li> </ul>	

# A TENIR EN COMPTE EN TOT CAS

---

# QÜESTIONS LEGALS I ÈTIQUES

- Abans de l'entrevista cal informar sobre la investigació en la que aquesta s'inserta. S'ha d'indicar l'objectiu de l'entrevista i anar recordar-lo a la persona entrevistada.
- S'ha d'advertir que serà registrada (àudio, vídeo..). La càmera o la gravadora han d'estar en lloc visible per a que mai s'oblidique està sent gravada.
- S'ha de llegir el text del consentiment informat a la persona entrevistada i fer que digaque l'accepta en veu alta. Ha de quedar enregistrat i/o signat.
  - L'UJI té una Comissió Deontològica que vigila aquest compliment: <https://www.uji.es/organigrama/vices/vid/comission/deontologica/?urlRedirect=https://www.uji.es/organigrama/vices/vid/comissions/deontologica/&url=/organigrama/vices/vid/comission/deontologica/>
  - Model de consentiment informat: <https://docs.google.com/document/d/1Y3Kguilo6hHsWfp5RwXIW7rCUFeYF1Mhk8CTkNE51SY/edit?usp=sharing>
- A microtancat pot haver informació molt sucosa. Es pot tornar a gravar per si se'ns vol tornar a dir. Si no, ens podrà ajudar però no la podem fer servir.



# Tema 4. Introducció a l'anàlisi de dades quantitatives.

Tècniques d'investigació social per al desenvolupament local

# La preparació de les dades

Per analitzar es necessita...

1. **Introduir** en la matriu les **dades** obtingudes.
2. **Crear un fitxer** amb totes les dades.
3. Comprovar si les dades són correctes (**depuració**).

*Errors d'introducció de dades: es busquen les enquestes i es corregeix l'error.*

*Errors de registre de la informació: s'elimina el cas.*

# Gravació i de les dades

Es realitza amb l'ajuda de **paquets informàtics de tractament de dades estadístiques**. Aquests programes són gairebé indispensables per a contrastar les hipòtesis, ja que el volum de dades manejades en una mostra de questionaris fan difícil un tractament manual.



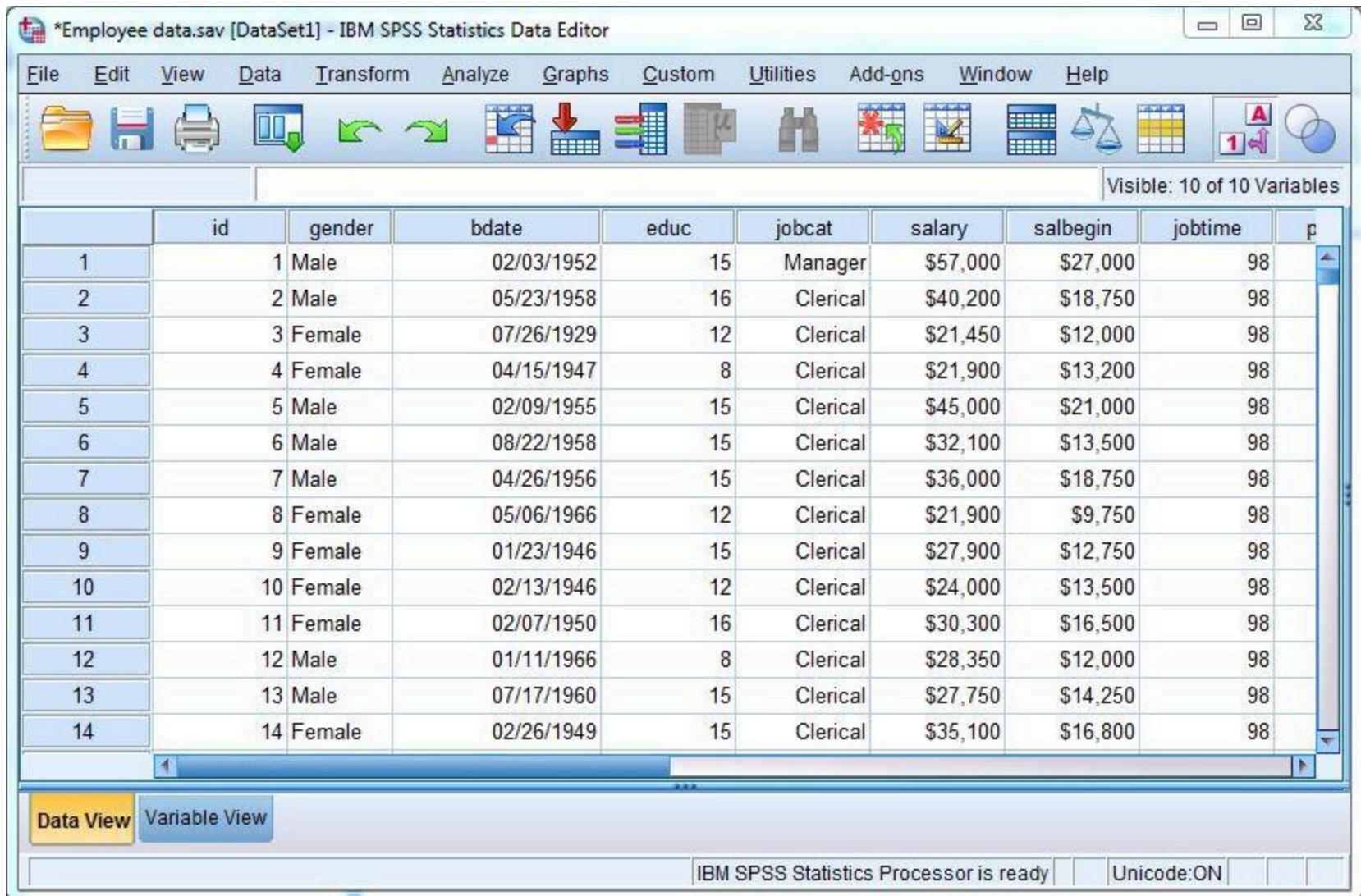
# La matriu de dades. *Disseny de la matriu*

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Data Editor interface. The title bar indicates the file is '\*Employee data.sav [DataSet1]'. The menu bar includes File, Edit, View, Data, Transform, Analyze, Graphs, Custom, Utilities, Add-ons, Window, and Help. The toolbar contains various icons for file operations and data manipulation. The main window shows the Variable View for the dataset, with the 'gender' variable selected. The table below summarizes the variables shown in the screenshot.

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align
1	id	Numeric	4	0	Employee Code	None	None	8	Right
2	gender	String	1	0	Gender	{f, Female}...	None	6	Left
3	bdate	Date	10	0	Date of Birth	None	None	13	Right
4	educ	Numeric	2	0	Educational Lev...	{0, 0 (Missi...	0	8	Right
5	jobcat	Numeric	1	0	Employment C...	{0, 0 (Missi...	0	8	Right
6	salary	Dollar	8	0	Current Salary	{\$0, missing...	\$0	8	Right
7	salbegin	Dollar	8	0	Beginning Salary	{\$0, missing...	\$0	8	Right
8	jobtime	Numeric	2	0	Months since H...	{0, missing}...	0	8	Right
9	prevexp	Numeric	6	0	Previous Experi...	{0, missing}...	None	8	Right
10	minority	Numeric	1	0	Minority Classif...	{0, No}...	9	8	Right
11									
12									
13									
14									
15									
16									

At the bottom of the window, the status bar shows 'IBM SPSS Statistics Processor is ready', 'Cases: 100', and 'Unicode:ON'. The 'Variable View' tab is active.

# La matriu de dades. *Introducció de les dades*



\*Employee data.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Custom Utilities Add-ons Window Help

Visible: 10 of 10 Variables

	id	gender	bdate	educ	jobcat	salary	salbegin	jobtime	p
1	1	Male	02/03/1952	15	Manager	\$57,000	\$27,000	98	
2	2	Male	05/23/1958	16	Clerical	\$40,200	\$18,750	98	
3	3	Female	07/26/1929	12	Clerical	\$21,450	\$12,000	98	
4	4	Female	04/15/1947	8	Clerical	\$21,900	\$13,200	98	
5	5	Male	02/09/1955	15	Clerical	\$45,000	\$21,000	98	
6	6	Male	08/22/1958	15	Clerical	\$32,100	\$13,500	98	
7	7	Male	04/26/1956	15	Clerical	\$36,000	\$18,750	98	
8	8	Female	05/06/1966	12	Clerical	\$21,900	\$9,750	98	
9	9	Female	01/23/1946	15	Clerical	\$27,900	\$12,750	98	
10	10	Female	02/13/1946	12	Clerical	\$24,000	\$13,500	98	
11	11	Female	02/07/1950	16	Clerical	\$30,300	\$16,500	98	
12	12	Male	01/11/1966	8	Clerical	\$28,350	\$12,000	98	
13	13	Male	07/17/1960	15	Clerical	\$27,750	\$14,250	98	
14	14	Female	02/26/1949	15	Clerical	\$35,100	\$16,800	98	

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode:ON

# Anàlisi descriptiva de la informació



Anàlisi **univariable**: ens permet veure variable per variable com es distribueixen les respostes dels subjectes, i els estadístics associats a aquestes variables.

Anàlisi **bivariable**: ens permet analitzar informació creuada de dues variables, establint lectures de relació, associació o dependència.

Anàlisi **multivariant**: ens permet establir lectures sobre les interrelacions d'un conjunt de variables escollides en un mateix plànol d'anàlisi.

# Anàlisi univariabile de dades

Es defineix com l'anàlisi exploratòria de les dades, pregunta per pregunta.

Què ens mostra?

La **distribució** per freqüències.

La seua **representació gràfica**.

Els **estadístics** per cada variable.

# Freqüències

La freqüència és el **número de vegades** que apareix un valor.

Es pot obtenir de forma **absoluta, percentual** i percentual acumulada.

Els percentatges **vàlids** són obtinguts **sense** tenir en compte els **valors perduts**.

# Exemple de freqüències

## L'Ajuntament disposa d'ADL?

		Freqüència	Percentatge	Percentatge vàl id	Percentatge acumulat
Vàlids	Sí	306	75,0	90,0	90,0
	No	34	8,3	10,0	1 00 ,0
<hr/>					
	Tot a l	340	83,3	1 00 ,0	
Perduts	S istema	68	16,7		
<hr/>					
Tot a l		408	1 00 ,0		

# Representacions gràfiques

Les taules de freqüències també es poden mostrar a través de **gràfics**.

De vegades són més **visuals i clarificadors** que les taules.

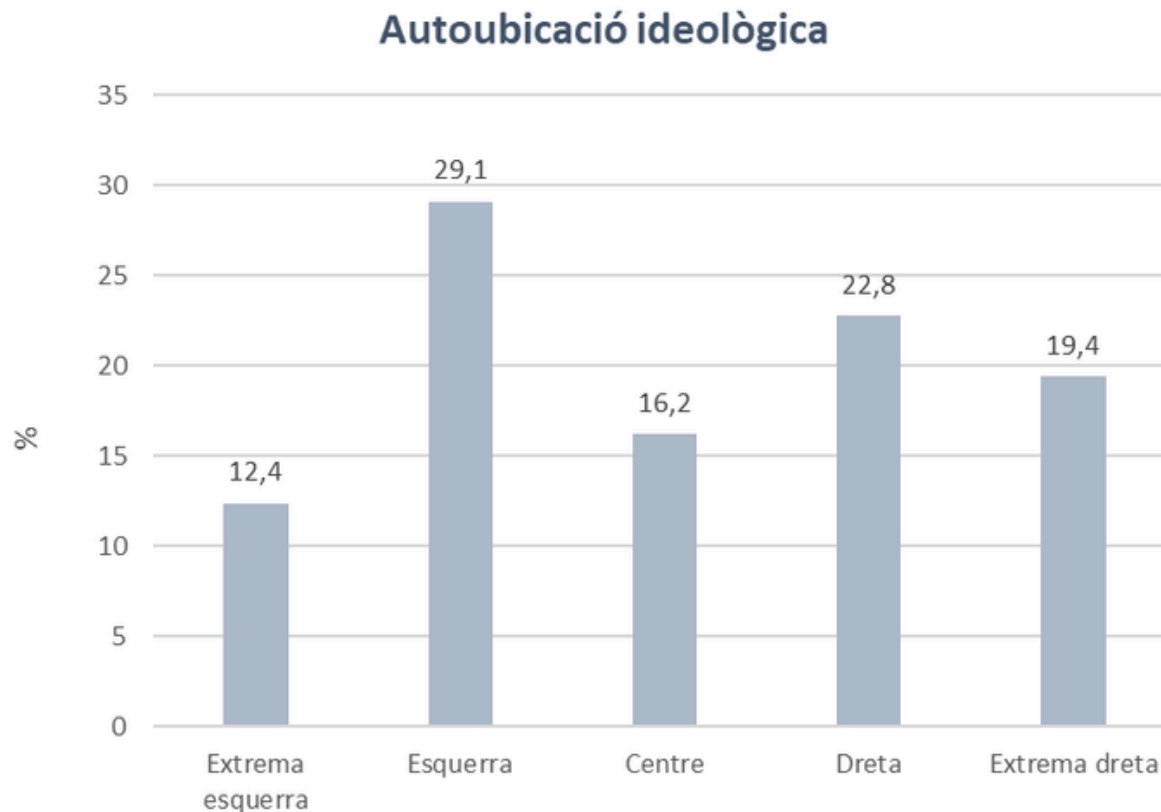
**Tipus** de gràfics més habituals:

- *Diagrames de barres.*
- *Histogrames.*
- *Línies d'evolució.*
- *Sectors.*

# Diagrama de barres

Expressa les **frequències** de cada variable.

Pot representar els **percentatges** o els **casos**.

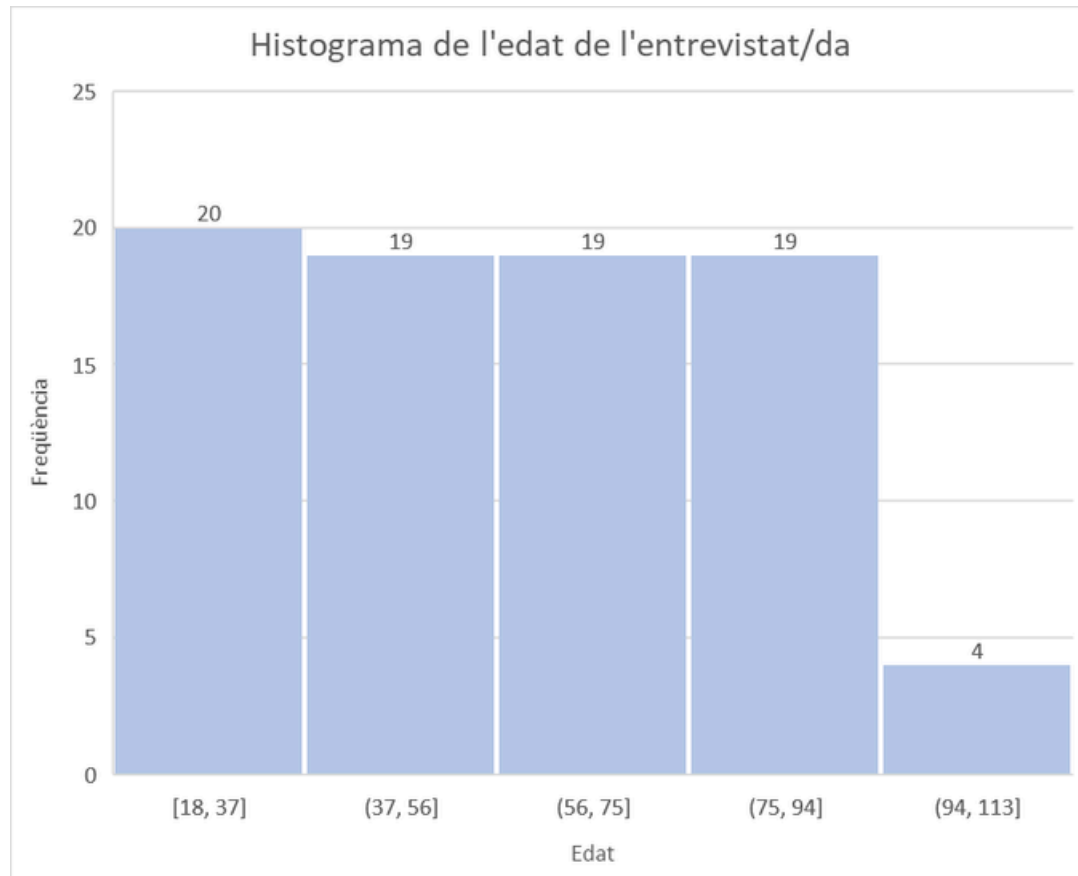


Mediana=5 (centre), mitjana=5,2, desviació típica=2,45 (escala de 0 a 10, on 0 és extrema esquerra, 5 centre i 10 extrema dreta). Llegenda: extrema-esquerra=0 a 2, esquerra=3 i 4, centre=5, dreta= 6 i 7, extrema-dreta=8 a 10.

# Histogrammes

Se sol usar per a representar **intervals**. S'expressa a través d'**àrees**.

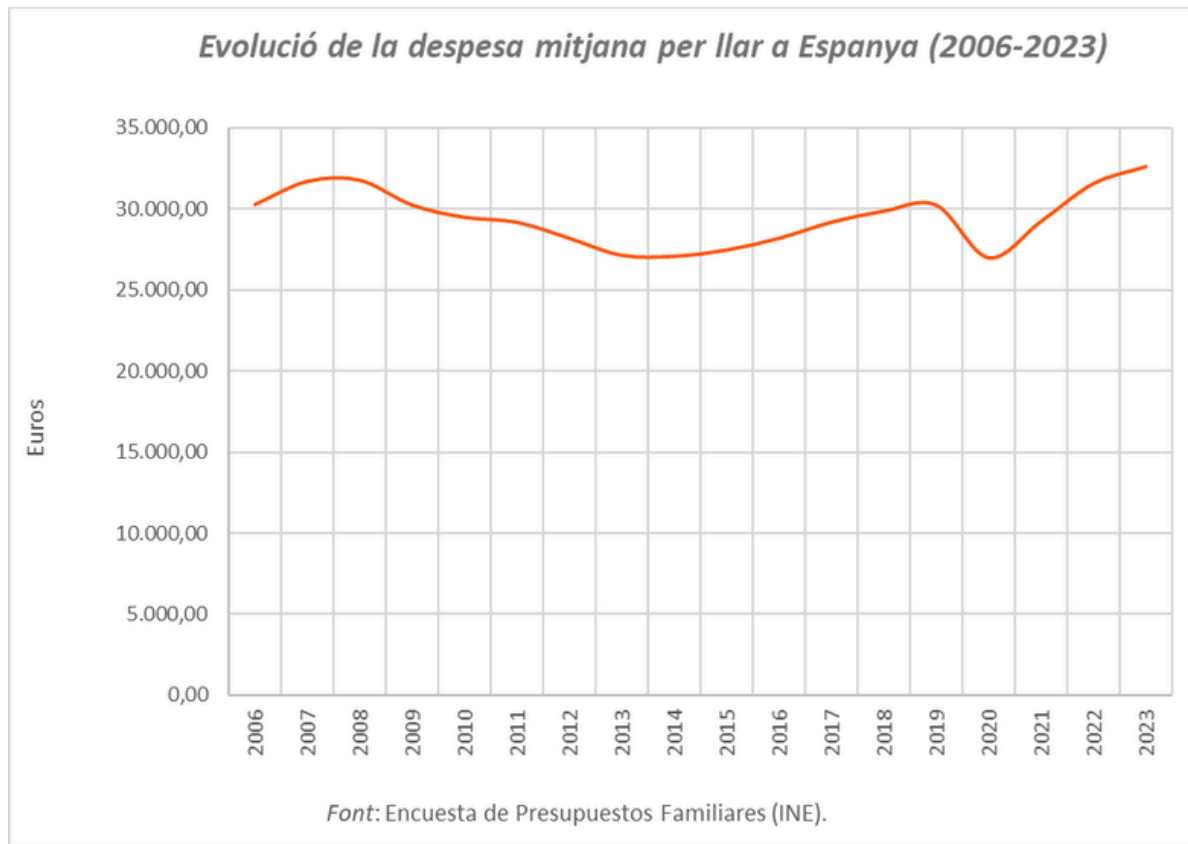
L'amplària mostra l'ample (regular) de l'interval. L'altura és proporcional a la freqüència de cada interval.



# L'íniesd'evolució

Es útil per representar la variable **temps**, si tenim dades longitudinals ( di ac rò niq ues ).

Està format per una **línia** que uneix els punts de cada unitat temporal.

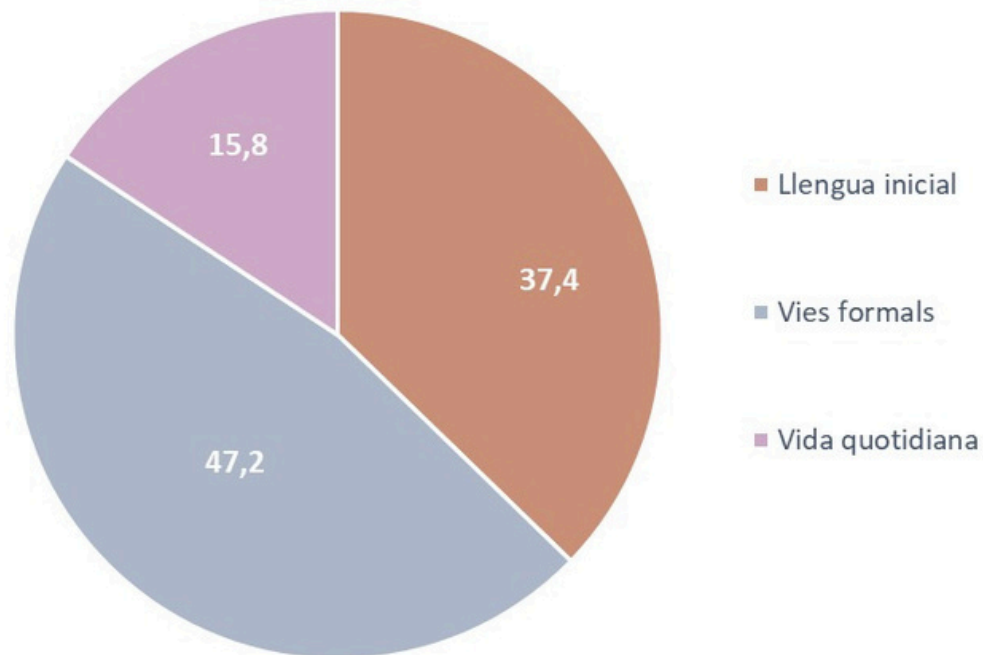


# Gràfic de sectors

Es útil i molt representatiu per a les **frequències relatives** (percentatges).

Les **porcions** dels sectors indiquen el **percentatge** de cada atribut.

Vies d'adquisició del valencià (grans grups, %)



# Estadístics

Els estadístics **mesuren la distribució** dels valors d'una variable .

Els estadístics univariables s'**agrupen**segons:

*La mesura de tendència central.*

*La mesura de dispersió.*

*La mesura de formes de distribució.*

# Mesures de tendència central

Indiquen com s'agrupen els atributs d'una variable al voltant d'un valor típic.

La **moda** ( $M_o$ ) indica el valor que més vegades es repeteix (característic de variables *nominals*).

La **mediana** ( $M_e$ ) és el valor que divideix la distribució endues parts iguals al 50% (*ordinals*).

La **mitjana** ( $\bar{x}$ ) és el quocient de la suma dels valors

observats de la variable i el número del total de dades

(*interval-quantitatives*).

# Exemple de moda

## Gènere

Freqüència Percentatge Percentatge vàlid Percentatge acumulat

~~Dona 15 35,7 35,7 35,7~~

Home 27 64,3 64,3 100,0

Total 42 100,0 100,0

## Estadístics

N	Vàlids	42
	Perduts	0
Moda		2

# Exemple de mediana

## Estatut socioeconòmic

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Baix	30	41,7	41,7	41,7
Mitjà	18	25,0	25,0	66,7
Alt	24	33,3	33,3	100,0
Total	72	100,0	100,0	

## Estadístics

N	Vàlids	72
	Perduts	0
Mediana		2,00

# Exemple de mitjana

Edat				
	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
11	1	16,7	16,7	16,7
12	1	16,7	16,7	33,3
14	1	16,7	16,7	50,0
16	2	33,3	33,3	83,3
17	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Estadístics		
N	Vàlids	6
	Perduts	0
Mitjana		14,3333

# Avantatges i inconvenients de la Me y la Mo

## Avantatges:

No l'influeixen els valors grans, petits ni extrems.

## Inconvenients:

- No empren tota la informació possible. Una observa el valor central y una altra el més freqüent.
- No tenen fórmula matemàtica, i per tant no compten amb les propietats de la mitjana.
- En una mateixa variable pot donar-se més de una moda.

# Avantatges i inconvenients de la mitjana

## Avantatges de la mitjana:

- Intervenien en el càlcul tots els valors de la distribució.
- És sempre calculable.
- És única per a cada distribució de freqüència.

## Inconvenients:

Pot resultar poc representativa davant de valors extrems.

# Mesures de dispersió

Són uns coeficients que indiquen **com de separats o agrupats estan els valors.**

Las mesures de dispersió són:

- El rang o recorregut (nominal).
- La desviació típica (interval)
- La variància (interval).

# El rang o recorregut (R)

Càlcul:  $R = x_{\max} - x_{\min}$

Interpretació:

Quant més gran siga, més dispersió n'hi haurà.

Inconvenients:

Només considera els valors extrems de la distribució.

No fa referència a cap mesura de tendència central.

No té en compte la forma de la distribució.

# Exemple de rang

Estatus socioeconòmic				
	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Vàlids				
Baix	31	20,7	20,9	20,9
Mitjà	41	27,3	27,7	48,6
Alt	76	50,7	51,4	100,0
Total	148	98,7	100,0	
Perduts Ns/Nc (9)	2	1,3		
TOTAL	72	100,0		

Estadístics		
N	Vàlids	148
	Perduts	2
Rang		2

# La variància (S<sup>2</sup>)

La variància expressa el grau d'heterogeneïtat d'una població respecte d'una variable mesurada.

$$S^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$$

Interpretació:

Quant més gransiga, major dispersió n'hi haurà i menys representativa serà la mitjana aritmètica.

**Inconvenient:** els valors venen expressats en les unitats de la variable al quadrat.

La variància ha de ser positiva o més gran que zero.

$$0 \leq S^2$$

# La desviació típica (S)

La desviació típica és la mitjana de la desviació dels casos respecte de la mitjana.

Interpretació:  $S = \sqrt{S^2}$

Quant més gran siga, major dispersió n'hi haurà i menys representativa serà la mitjana aritmètica.

La desviació típica ha de ser positiva o més gran que zero.

$$0 \leq S$$

# Exemple de desviació típica i de variància

## Edat

Freqüència Percentatge Percentatge vàlid Percentatge acumulat

11 1 16,7 16,7 16,7

12 1 16,7 16,7 33,3

14 1 16,7 16,7 50,0

16 2 33,3 33,3 83,3

17 1 16,7 16,7 100,0

Total 6 100,0 100,0

## Estadístics

N	Vàlids Perduts	6 0
Desviació típica		2,42212
Variància		5,86667

# Anàlisi de dades bivariables

L'anàlisi bivariante consisteix en **observar dues variables** juntes.

Es pot fer tant amb fins descriptius com explicatius.

L'anàlisi bivariante es qüestiona **com estan de relacionades entre sí i com influeix el canvi d'una variable en l'altra.**

# Taules de contingència

Les taules de contingència estan compostes per **files i columnes** on es bolquen la freqüència de cada categoria analitzada.

Normalment, la variable dependent se situa en la fila i la variable independent en la columna.

S'han d'obtenir **freqüències** absolutes, **percentatges** i **estadístics** que mesuren el grau i la significació de la relació.

# Exemple d'una taula de contingència

## Estatut socioeconòmic en funció del sexe

	Estatut socioeconòmic			Total
	Baix	Mitjà	Alt	
Home	16 21,6%	17 23,0%	41 55,4%	74 100,0%
Dona	15 20,3%	24 32,4%	35 47,3%	74 100,0%
Total	31 20,9%	41 27,7%	76 51,4%	148 100,0%

# Estadístics de contingència

Indiquen si existeix **independència** o no entre les variables que escreuen.

Existeixen molts. Estan **en funció del tipus de variables** que escreuen.

Alguns d'aquests estadístics indiquen quin **tipus de relació** tenen, a més de **si n'hi ha o no associació**.

# Xi Quadrat ( $\chi^2$ )

S'empra per creuar variables **ordinals i nominals**.

N'hi haurà associació quan la **significació** siga **inferior a 0,05**.

No indica la magnitud de l'associació, només si existeix.

# Exemple de Xi Quadrat

Proves de Xi Quadrat			
	Valor	Graus de llibertat	Significació asintòtica (bilateral)
Xi Quadrat de Pearson	6,802	6	0,340
Raó de versemblança	6,734	6	0,346
Associació lineal per lineal	0,916	1	0,339
N de casos vàlids	148		

# Correlació de Pearson (r)

S'empra amb variables d'interval o de raó.

Varia entre  $-1$  y  $1$ .

*La relació es negativa (pròxim a  $-1$ ): quan augmenta una l'altra disminueix.*

*La relació és positiva (pròxim a  $1$ ): quan augmenta una ho fa també l'altra.*

*La relació és nul·la quan el coeficient s'aproxima al  $0$ .*

# Exemple de correlació

## Correlacions per a les variables quocient intel·lectual, alçada i pes

		Quocient intel·lectual	Alçada	Pes
Quocient intel·lectual	Correlació de Pearson		0,081	0,001
	Significació (bilateral)		0,325	0,988
	N		149	148
Alçada	Correlació de Pearson	0,081		0,600*
	Significació (bilateral)	0,325		0,000
	N	149		149
Pes	Correlació de Pearson	0,001	0,600*	
	Significació (bilateral)	0,988	0,000	
	N	148	149	

\* La correlació és significativa al nivell 0,001 (bilateral)

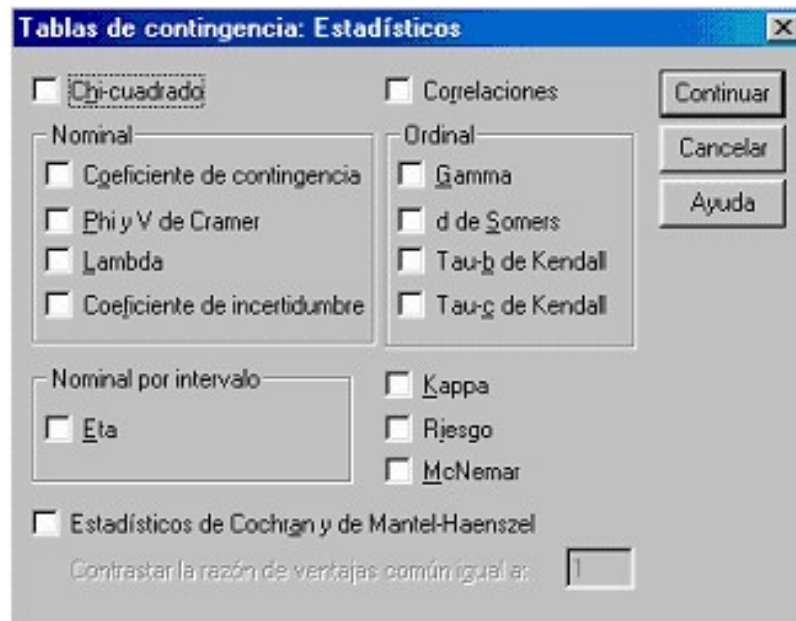
# Altres mesures d'associació

S'empra amb **tot tipus de variables**.

Normalment **varien entre 0 i 1**.

*1 implica que l'associació és completa.*

*0 implica que la relació és nul·la.*



# **TEMA 4**

**Anàlisi de la informació,  
triangulació i redacció d'informe**

## 4.2 ANÀLISI QUALITATIU

1. Objectius
2. Procés
3. Modalitats



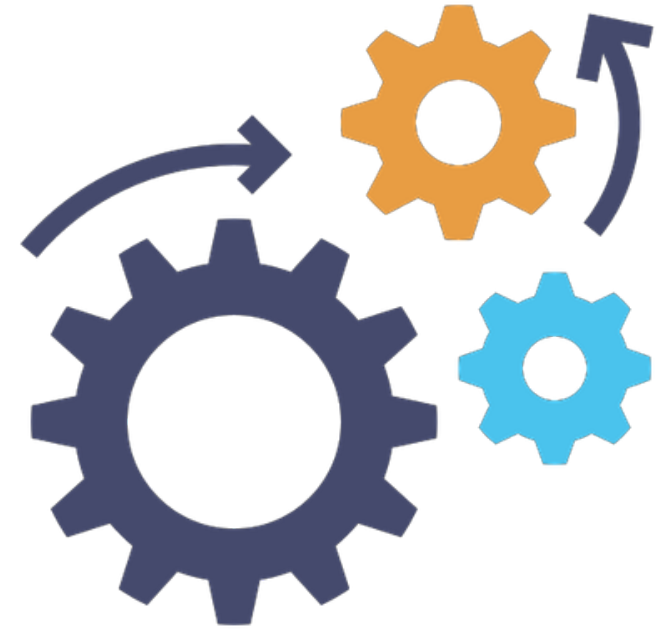
## 4.2.1 OBJECTIUS DE ANÀLISI QUALITATIU

- Obtenció de significats coherents d'un conjunt de textos
- Que donen compte de la configuració discursiva d'un grup social
- A partir d'informació obtinguda d'individus en mode de conversa



## 4.2.2 PROCÉS DE L'ANÀLISI QUALITATIU

1. T r a n s c r i p c i ó
2. Descubriment
3. Codificació
4. Obtenció de patrons



## 4.2.2.1 TRANSCRIPCIÓ

- Pas, normalment, imprescindible
- Instruments manuals, semi a utomàtics
- Necessària correcció
- Contractació



# 4.2.2.1 TRANSCRIPCIÓ

The screenshot displays the TurboScribe website interface. At the top, there is a navigation bar with the TurboScribe logo, links for 'PRECIOS', 'FAQS', and 'BLOG', a language selector (Spain), and buttons for 'INICIAR SESIÓN' and 'REGISTRATE'. A central banner highlights '3.358.941 horas transcritas' with a line graph icon. The main heading is 'Transcripción de audio y video ilimitada', followed by the tagline 'Convierte audio y video en texto preciso en segundos.' and a note about '3 transcripciones gratis al día'. A prominent 'Comienza a transcribir gratis' button is present, with a sub-note 'Regístrate con una dirección de correo electrónico'. Below this, two pricing plans are shown: '10 US\$ / mes' (120 US\$ annual, 108,21 € annual, 50% off) and '20 US\$ / mes' (20 US\$ monthly, 18,04 € monthly). A 'Sube archivos de audio y video' section features a video player with a transcript snippet. A bottom bar lists key features: 99,8% precision, 98+ languages, 10-hour uploads, unlimited minutes, speaker recognition, and privacy. The footer credits 'Desarrollado por Whisper' as the #1 voice-to-text accuracy provider.

0 de 3 transcripciones diarias utilizadas

Accesos directos

Archivos recientes

Carpetas

Nueva carpeta

### Archivos recientes



TRANSCRIBIR ARCHIVOS

	Nombre	Subido	Duración	Modo	Estado
<input type="checkbox"/>	grup triangular Z1	17 jul 2024, 18:20	30m		

4.2.2.1 TRANSCRIPCIÓN

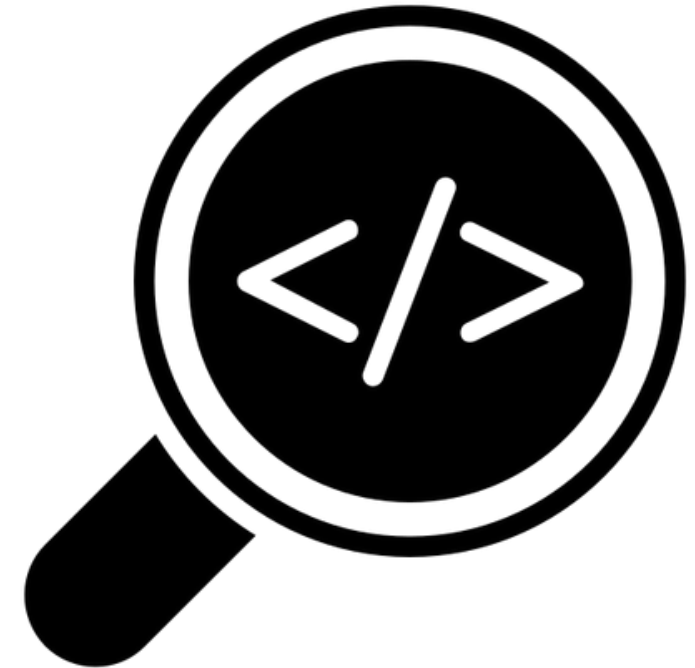
## 4.2.2.2 DESCOBRIMENT

1. Llegiu repetidament les dades
2. Seguiu la pista de temes, intuïcions, interpretacions i idees
3. Busqueu els temes emergents
4. Elaboreu tipologies
5. Desenvolupar conceptes i proposicions teòriques
6. Llegiu el material bibliogràfic
7. Desenvolpeu una guia de la història



## 4.2.2.3 CODIFICACIÓ

1. Desenvolpeu categories de codificació
2. Codifiqueu totes les dades a través d'unitats d'informació
3. Separeu les dades pertanyents a les diverses categories de codificació
4. Vegeu quines dades han sobrat
5. Refineu-ne l'anàlisi



Enfoque de Análisis en Progreso en Investigación Cualitativa (Taylor-Bogdan).  
A partir de Font: [https://web.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/analisis.pdf](https://web.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/analisis.pdf)

## 4.2.2.4 PATRONS

- Conjunts de sentit i significació
- Amb lògica interna
- Amb diferències i entitat respecte la resta
- Tipologies “Tipus ideals”



## 4.2.3 MODALITATS DE L'ANÀLISI QUALITATIU

1. Anàlisi de contingut
2. Anàlisi de discurs



## 4.2.3.1 L'ANÀLISI DE CONTINGUT QUALITATIU

- Híbrid                      quantitatiu-
- qualitatiu                      Recompte
- d'elements
- textuais significatius
- Sintàctic, semàntic i
- pragmàtic

[Descàrrega d'informe aci](#)



## 4.2.3.1 L'ANÀLISI DE CONTINGUT QUALITATIU

Es van realitzar entrevistes personals via telefònica al conjunt dels 71 tècnics, tot instruint les persones entrevistadores en la tècnica de l'entrevista semiestructurada. Aquesta modalitat d'entrevista va ser considerada la més idònia d'acord amb els següents objectius metodològics:

Calia promoure que les respostes arribaren a un nivell de profunditat que requeria la intervenció activa de la persona que realitzava l'entrevista. Aquesta havia d'evitar respostes massa curtes i intentar que la persona entrevistada pensara una mica la seua resposta, per no caure en llocs comuns sobre aspectes com les seues pròpies limitacions i fomentant certa mirada autocrítica. Calia donar peu a certa reflexió i explicació per part de la persona entrevistada i per això les preguntes van ser dissenyades per a procurar respostes relativament obertes.

[Descàrrega d'informe aci](#)



## 4.2.3.1 L'ANÀLISI DE CONTINGUT QUALITATIU

L'anàlisi de la informació ha estat realitzat amb tècniques quantitatives, que permeten visualitzar de forma ràpida qüestions capitals en camps relativament explotats. Tanmateix, si la fase 1 està emmarcada en una tècnica d'obtenció d'informació quantitativa, la segona fase va requerir transformar informació qualitativa en dades computables.

Per a fer-ho es van analitzar les respostes i es van treure freqüències de citacions de diverses paraules que s'agrupaven en categories, algunes de les quals havien estat determinades prèviament. Altres van anar apareixent forçades per les respostes.

Els resultats es presenten a continuació.

[Descàrrega d'informe aci](#)

# 4.2.3.1 L'ANÀLISI DE CONTINGUT QUALITATIU

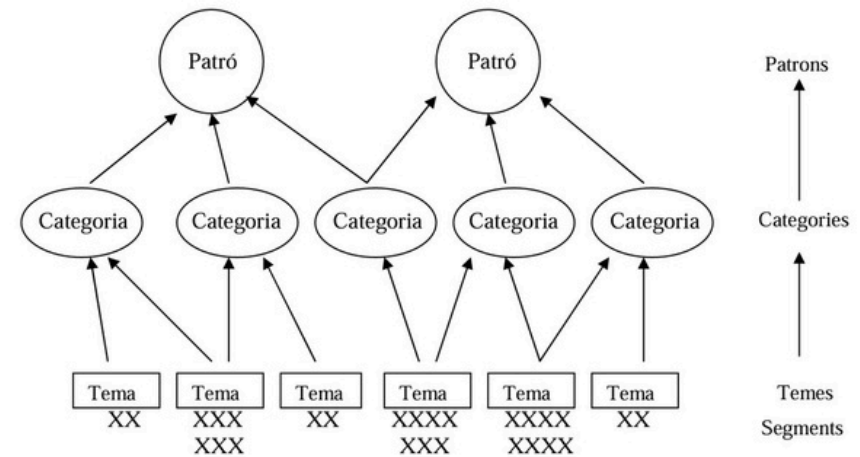
[Descàrrega d'informe ací](#)

G5	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	tipologia àmbit	Quines són les línies de treball que normalment tens en marxa?	CODIS RECERCA					DESCRIPTOR	
2	6. urbà	foment ocupació, formació, inserció; agencia de colocació autoritzada, subvencions Labora; foment emprenedors i millora FOMENTO DEL EMPLEO: orientación y asesoramiento parados. Políticas activas de empleo	"SUB"	"AJUD"	"AYUDA"			55 SUBVENCIONS	
3	2. poble 1000	GESTIONES ASESORAMIENTO EMPRESARIAL BÚSQUEDA FINANCIACIÓN PROYECTOS: turismo, patrimonio, etc	"OCUP"	"empl"	"LABO"	"TRAB"		52 OCUPACIÓ	
4	6. urbà	TRAMITACIÓN DE TODO TIPO DE SUBVENCIONES PUNT LABORA. INFORMACIÓN USUARIOS	"tram"	"GEST"				47 TRAMITACIONS I GESTIONS	
5	2. poble 1000	ORIENTACIÓN LABORAL	"REGIS"	"ATENCI"	"ADMINISTRA"			27 ATENCIÓ I ADMINISTRACIÓ	
6	2. poble 1000	Control supervisió de subvencions de tot tipus	"FORMA"	"CURS"	"infor"			20 FORMACIÓ	
7	5. agrupació ma	DIRECCION Y COORDINACION FUNCIONAMIENTO DEL GAL. ESTRATEGIA DE LA DESARROLLO LOCAL PARTICI	"promo"	"difusi"	"publ"			17 PUBLICITAT I PROMOCIÓ	
8	4. poble 5000	foment ocupació pública i privada; gestió i tramitació de subvencions	"ECON"	"EMPRES"				17 ECONOMIA I EMPRESA	
9	1. poble <1000	Ocupació Labora, asesoramiento , coworking	"TURI"	"TOUR"	"turis"			16 TURISME	
10	2. poble 1000	Todas las relacionadas con el Empleo: orientación laboral, formación, intermediación laboral,etc							
11	2. poble 1000	Tramitación todo tipo de subvenciones Asociacionismo y actividades del pueblo	"participa"	"ASOCIACIO"	"ASOCIAC"			12 PARTICIPACIÓ	
12	1. poble <1000	TODAS LAS SUBVENCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO	"INFORM"					7 INFORMACIÓ	
13	1. poble <1000	gestión y tramitación de subvenciones: empleo público y privado; dinamización sociocultural	"DESARRO"	"DESENVÓ"				6 DESENVOLUPAMENT	
14	2. poble 1000	SUBVENCIONES PUBLICAS Y COLABORACION EN LAS PRIVADAS. ATENCION AL PUBLICO. FACTURACION Y GE	"COMER"					5 COMERÇ	
15	2. poble 1000	programas ocupació; ocupació pública i privada; gestió de subvencions	"SOSTENIB"	"NATUR"				4 SOSTENIBILITAT	
16	1. poble <1000	Solicitud de subvenciones (de todo tipo). Registro de Entrada, Atención mostrador/telefono centralita, supervisora de Tour "cultura"						3 CULTURA	
17	1. poble <1000	Información sobre subvenciones, ayudas y cursos							
18	1. poble <1000	Tramitación subvenciones organismos	"AGRA"	"AGRI"	"FORES"			3 AGRO I FORESTAL	
19	3. agrupació ma	Subvencions: informació tramitacions, Atenció als desocupats, atenció a empresaris i emprenedors, Contraccions de tot "RURAL"						1 RURAL	
20	1. poble <1000	TRAMITACIÓN DE SUBVENCIONES DE TODO TIPO EN LOS PUEBLOS MAS PEQUEÑOS INFORMACIÓN SOBRE INSERCIÓN LABORAL						0	
21	5. agrupació ma	Colaborando con el CEI/ con un grupo de extracción de necesidades, recurso ociosos, prospección de empresas y de iniciativas innovadoras, posibles emprendedores, autoempl						0	
22	1. poble <1000	SUBVENCIONES, DINAMIZACIÓN DE ASOCIACIONES, RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO Y PUESTA EN VALOR DE RECURSOS NATURALES. PROYECTOS DE TURISMC						0	
23	2. poble 1000	TRAMITACION SUBVENCIONES FERIA TURISMO MONTAÑA TAREAS ADMINISTRATIVAS						0	
24	2. poble 1000	subvencions ajuntament, particulars i associacions; projectes de promoció cultural, turística, econòmica; gestió d'ocupació (oferents i demandes);						0	
25	2. poble 1000	Subvencions, Turisme, Ocupació, Formació, Tot tipus de Contractes						0	
26	5. agrupació ma	ASESORAMIENTO INDIVIDUAL EMPRENDEDORES PUNTO PAE. Tramitación altas OFICINAS Y COWORKING EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE Y RURAL						0	
27	1. poble <1000	FORMACION						0	
28	2. poble 1000	Turismo y subvenciones							
29	5. agrupació ma	Subvencions tot el seu tràmit, atenció al públic, renovació del paro,etc							
30	2. poble 1000	Tramitaciones de tot tipus de subvencions sol·licitades per l'ajuntament, atenció personalitzada, informació i orientació a desocupats, a empresaris, a emprenedors i joves, informació de subvencions destinades a la població en general, i							
31	2. poble 1000	SUBVENCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS Y PROMOCIÓN CURSOS							
32	1. poble <1000	TODDO TIPO DE SUBVENCIONES, INCLUIDAS LAS SUBVENCIONES DE LAS ASOCIACIONES DEL MUNICIPIO							



## 4.2.3.2 L'ANÀLISI DE DISCURS QUALITATIU

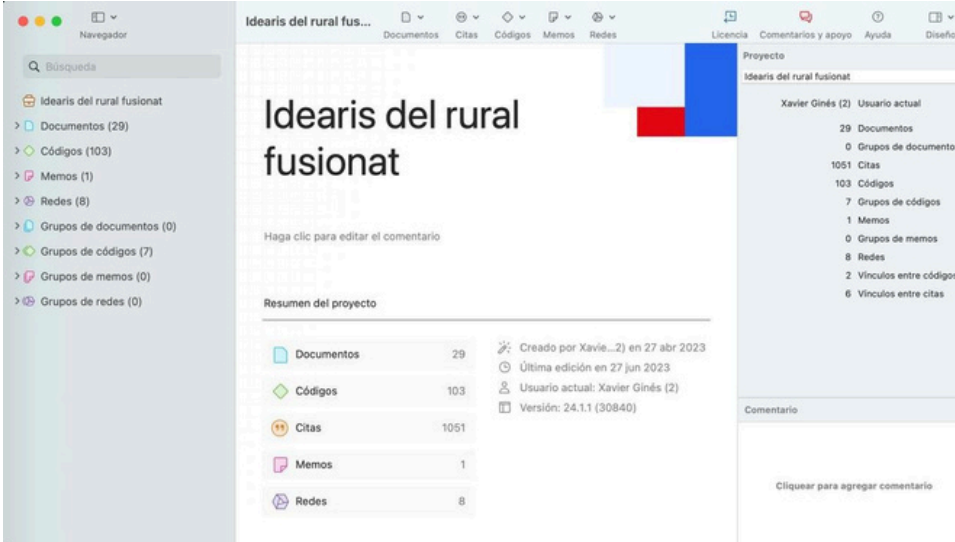
- 100% qualitatiu
- A la recerca de patrons ideològics i de comportament
- Caràcter profund i ample
- Procés inductiu, però no generalitzador



Font: [Esther Giner, disponible aci](#)

## 4.2.3.2 L'ANÀLISI DE DISCURS QUALITATIU: ATLAS.ti

- Automatització i facilitació
- Cal treball humà intens
- Relacions entre codis a les que cal atorgar sentit
- No acaba de construir de forma coherent els discursos



The screenshot displays the ATLAS.ti software interface for a project titled "Idearis del rural fusionat". The interface is divided into several sections:

- Left Panel (Navegador):** A search bar and a list of project components:
  - Idearis del rural fusionat
  - Documentos (29)
  - Códigos (103)
  - Memos (1)
  - Redes (8)
  - Grupos de documentos (0)
  - Grupos de códigos (7)
  - Grupos de memos (0)
  - Grupos de redes (0)
- Main Area:** Displays the project title "Idearis del rural fusionat" and a "Resumen del proyecto" section with the following data:
 

Documentos	29
Códigos	103
Citas	1051
Memos	1
Redes	8

 Additional metadata includes: "Creado por Xavie...2) en 27 abr 2023", "Última edición en 27 jun 2023", "Usuario actual: Xavier Ginés (2)", and "Versión: 24.1.1 (30840)".
- Right Panel (Proyecto):** Shows a summary of the project's content:
  - Xavier Ginés (2) Usuario actual
  - 29 Documentos
  - 0 Grupos de documentos
  - 1051 Citas
  - 103 Códigos
  - 7 Grupos de códigos
  - 1 Memos
  - 0 Grupos de memos
  - 8 Redes
  - 2 Vinculos entre códigos
  - 6 Vinculos entre citas



# 4.2.3.2 L'ANÀLISI DE DISCURS QUALITATIU: TAULA BÀSICA

- Senzillesa i economia
- Cal treball humà intens
- Tractament més directe amb el material
- Major abstracció i menor capacitat d'abast

Taula anàlisi d'entrevistes					
Filtre Edita Mostra Interacció Format Dades Eines Extensions Ajuda					
Q Menús 100% Times...					
11	A	B	C	D	E
1					
2					
1.1	El tractament dels MMS5 per part dels mitjans de comunicació comercial.	<p>Doncs desigat, podem dir que ha sigut positiu però desigat. És a dir, en funció del dia o de les circumstàncies temporals doncs ens han fet més cas perquè necessitemen començar i necessitemen material, simplement o ha sigut atípic de passar obliquament perquè tenim ja prou material. Vull dir en entesa tenent en compte a l'interès de la notícia com a la venda o al funcionament del negoci, un pòquet, a manera de resum, no? Així quan al que es fa més cas. In the end, hi ha moltes coses veigades, la meua meua meua de notes de premsa no han tingut cap resultat. I després molts han tingut resultat. D'afectar una nota en el Levante no així no en els altres, d'afectar una nota en El País, d'afectar en la SER i no, o en la Radio Nacional i no parlar, o en TVE.</p> <p>... i finalment que hem començat amb l'oposició, obviamen, de Las Provincias perquè les notícies a la zona borbò i a més, com que tenim començat directe, no sapem que amb govern popular i amb el propi promotor de Barcelona que és el que més guerra ha donat, i en els propis empresaris de l'inter, que em Linde i l'Onche de Miguel, hi, els anaven en pec a la zona borbò.</p> <p>(Levante) No era tant perquè anaven en contra de Salvem el Bòtanic, és que percebem que el que es volia era desqualificar el moviment ciutadà en una generalitat. (...)</p> <p>És a dir, veure de les Salvem i dels municipals per les partides socialitzar i veure més l'aspecte de la realitat, així se ho ha dit, però tenim, conjuntament. I si, i si, i si, és una qüestió que moltes vegades més dramàtica, que no era tant atacar a Salvem el Bòtanic com atacar a tot lo que podia vindre a partir de ahí.</p> <p>Com en efecte va vindre.</p> <p>Normalment el tractament de Levante nostre no tenim, estem contents i del País igual, igual, si El País, el que passa és que El País té menys superfície per a la seva impressa.</p>	<p>Lligam dels mitjans de comunicació comercial amb els parts d'esperar i de debtes.</p> <p>-És el cas dels d'esperar per el desplaçament i de la centralitat política de les associacions veïnals els, ocupades i dels parts.</p> <p>-Sembla que els MMS5 formen tremolar el sistema de parts i les seues relacions amb els moviments tradicionals.</p>	<p>Normalment, per exemple, en l'informació de Alicante, que és de la mateixa cadena que Levante, però en el tema de l'aigua és que és una qüestió impressionant. És a dir, allí és una darrera d'una altra, s'hi han produïdes que arriben a pensar que estar pagant per els interessos que s'hi han allí al voltant dels temes de l'aigua. I interessos allí en Alicante però la manipulació sobre nos ens tenim tenim la continuem.</p>	<p>Ja diria que en la companyia de la ILP fins i tot els mitjans més conservadors la ve l'extrem... fins i tot de vegades comentaven que Las Provincias era més amb més Las Provincias eren, no sé, traïen unes moltes moltes que les del Levante.</p> <p>-Punt que puntista molt, ja sé que no és tan simple però a nivell humanu és molt gravos. Podrien haver estat reportatges molt escabosos perquè van haver en un 10 anys tenint la de no casa i moltes altres veus animals però no per anar-se'n, i moltes coses animals, i moltes que donant pagat, allà a on se'n va, el lligam els. El tenim no sé, no va ser per falta de que no vam enviar coses a la premsa. No, no, a la premsa. Moltes. I de les quals no van estar, vaja, més que el 5%.</p>
1.2	El tractament dels MMS5 per part dels mitjans de comunicació pública.	<p>Ràdio 9 no s'ha portat malament. En Ràdio 9 també hem tingut, hem pogut entrar i ens han convidat per a fer nos algun títol de veu i tal. Canal 9 des que va canviar de mans, res. Res.</p> <p>-Ràdio 9 és que, com és un mitjà, si que hem tingut, per exemple amb Rels han dit que de la definició i no així, també hem intervingut, hem, en el seu programa, i no així. I després passat en alguna de les ocasions ens han convidat, ens han demanat participar i nosaltres hem participat.</p>	<p>Ja no parlo pas de Canal 9 o etc, que alguna vegada sí que ve, però sempre que és alguna cosa que no vagi atreure un prejudici pas del Govern, no? Per exemple el dia de Mallot pel Xiquet allí vingut Canal 9 perquè demanem que no s'hi haurien pogut ficar de beny en els rios, la fiscalitat dels rios... Així com la responsabilitat del Govern pas allí sí que anem (Canal 9) i després la generació la fins per a retallar lo que era interveure.</p> <p>De lo que és Alicante també, sempre hem tingut pràcticament molts pòquets, però sí que han anat a veigades que hem fet coses a València ciutat, algun tipus d'activitat, així sí que han anat. Però desplaçar-se a altres llocs no. Sí que de de veus que quan hem anat allí hem tingut alguna atenció major. En València ciutat han vingut, i</p>	<p>Punt crític que s'hi ha una excepció a tot això, si no recordo mal. Crec que Canal 9 mai'nt veu la ILP, si no recordo mal. És una cosa tradicional. És un costum. Ja se'n té suficient entès, al menys per a un període que és dedicat a la política la primer popular que es presenta en un país, després de la municipalitat, és a dir, no heu, ja que i Canal 9 però ja crec recordar que no van estar en cap moment, ni per a ho ni per a veu la ILP. Simplement dret i sense involucrar, als mitjans públics valencians.</p>	
4					

Taula anàlisi d'entrevistes						
A	B	C	D	E	F	G
1	MS1		MS2		MS3	
2	<b>1 Percepció sobre el tractament general dels Moviments Socials per part dels mitjans de comunicació.</b>					
3	1.1 El tractament dels MMSS per part dels mitjans de comunicació comercials.	<p>Doncs desigual, podem dir que ha segut positiva però desigual. És a dir, en funció del dia o de les circumstàncies temporals doncs ens han fet més cas perquè necessitaven <i>carneaza</i> i necessitaven material, simplement o ha segut això de passar olímpicament perquè tenien ja prou material. Vull dir no estava tan enfocada a l'interès de la notícia com a la venda o al funcionament del negoci, un poquet, a manera de resum, no? I això quant al que és fer-nos cas. Ja t'he dit, hi ha moltíssimes vegades, la immensa majoria de notes de premsa no han tingut cap ressò. I després molts han tingut ressò desigual. D'eixir una noteta en el Levante i no eixir res en els altres, d'eixir una coseta en El País, d'eixir en la SER i no, o en la Ràdio Nacional i no parlar, o en TVE.</p> <p>- (...) únicament que hem comptat amb l'oposició, òbviament, de Las Provincias que posava les notícies a la seua bola i, a més, com que tenien contacte directe, se suposa que amb govern popular i amb el propi promotor de Barcelona que és el que més guerra ha donat, i en els propis empresaris de l'inici, que eren Lladró i Onofre de Miguel, bé, ells anaven un poc a la seua bola.</p> <p>(Levante)-No era tant perquè anaren en contra de Salvem el Botànic, és que percebem que el que es volia era desqualificar el moviment ciutadà en una paraula. (...)</p> <p>-És a dir, <i>'estos de los Salvem todos manipulaos por los partidos socialista', y nada más lejos de la realidad</i>, això te ho puc dir, però <i>vamos</i>, categòricament. I eh, i, i és f..., eixa era la qüestió que nosaltres veiem més dramàtica, que no era tant atacar a Salvem el Botànic com atacar a tot lo que podia vindre a partir de ahí. Com en efecte va vindre.</p> <p>-Normalment el tractament de Levante nosatres no tenim, estem contents i del País igual, igual, sí. El País, el que passa és que El País té menys superfície per a la lletra impresa.</p>	<p>Lligams dels mitjans de comunicació comercial amb els partits d'esquerres i de dretes.</p> <p>-En el cas dels d'esquerres per el desplaçament de la centralitat política de les associacions veïnals cooptades i dels partits.</p> <p>-Sembla que els NMS feien tremolar el sistema de partits i les seues relacions amb els moviments tradicionals.</p>	<p>-Nosaltres, per exemple, en l'Información de Alicante, que és de la mateixa cadena que Levante, pues en el tema de l'aigua és que és una qüestió impressionant. És dir, allí és una darrere d'una altra, n'hi han periodistes que arriben a pensar que estan pagats per els interessos que n'hi han allí al voltant dels temes de l'aigua. I entones ahí en Alacant pues la manipulació sobre tots estos temes és continua.</p> <p>-En el cas dels d'esquerres per el desplaçament de la centralitat política de les associacions veïnals cooptades i dels partits.</p> <p>-Sembla que els NMS feien tremolar el sistema de partits i les seues relacions amb els moviments tradicionals.</p>	<p>Jo diria que en la campanya de la ILP fins i tot els mitjans més conservadors la va Eixiem..., fins i tot de vegades comentaven que Las Provincias ens treia amb més Las Provincias eren... no sé, traçaven millor la realitat que les del Levante.</p> <p>-Punta que pareixia molt, ja sé que no és tan simpàtic però a nivell humà és molt i molt gravós. Podien haver eixit reportatges molts escabrosos perquè van haver ca en 80 anys tirant-la de sa casa i matant els seus animals perquè no pot anar-se'n, é tindre eixos animals, i tindre que damunt pagar, allà a on se'n va, el lloguer ella. E temes no són, no va ser per falta de que no vam enviar coses a la premsa. No, no, a la premsa. Moltes. I de les quals no van eixir, vaja, més que el 5%.</p>	
4	1.2 El tractament dels MMSS per part dels mitjans de comunicació públics.	<p>Ràdio 9 no s'ha portat malament. En Ràdio 9 també hem tingut, hem pogut entrar i ens han telefonat per a fer-nos algun tall de veu i tal. Canal 9 des que va canviar de mans, res. Res.</p> <p>-Ràdio 9 és que, com és tan minoritària, sí que hem tingut, per exemple amb Reis Juan abans de que la defenestraren i tot això, també hem intervingut, hem, en el seu programa, i tot això. I després pues en alguna de les ocasions ens han telefonat, ens han demanat participar i nosaltres hem participat.</p>	<p>I ja no parle pues de Canal 9 o etc, que alguna vegada sí que ve, però sempre que és alguna cosa que se vaja atreure en perjudici pues del Govern, no? Per exemple el dia de Mulla't pel Xúquer allí vingué Canal 9 perquè denunciàvem que no n'hi havien prou llocs de bany en els rius, la situació dels rius... Això com és responsabilitat del Govern pos allí sí que anem (Canal 9) i després la gravació la fem per a retallar lo que ens interresse.</p> <p>-De lo que és Aitana també, tampoc hem tingut pràcticament molt poquetes, però sí que han anat a vegades quan hem fet cosetes a València ciutat, algun tipus d'activitat, allí sí que han anat. Però desplaçar-se a altres llocs no. Sí que és de veres que quan hem anat allí hem tingut alguna atenció major. En València ciutat han vingut, i</p>	<p>Però crec que n'hi ha una excepció a tot açò, si no recorde mal. Crec que Canal 9 mai! sobre la ILP, si no recorde mal. És una cosa tremenda. En cap moment. Jo er suficient entitat, al menys per a un periodista que es dedique a la política la prime popular que es presenta en un país, doncs és notíciabile, és a dir, un breu..., jo que i Canal 9 però jo crec recordar que no vam eixir en cap moment... ni per a bé ni per eixir la ILP. Simplement érem i som invisibles, als mitjans públics valencians.</p>		

## 4.2.3.2 L'ANÀLISI DE DISCURS QUALITATIU: Presentació

- Text narratiu
- Amb justificacions i testimonis
- Ús abundant de fragments de text  
(Ve r b a t i m s)
- Construcció justificada de patrons

Així, a la falta d'espai dels mitjans de comunicació se li suma una selecció d'informació que està condicionada per interessos de caràcter econòmic i polític, en els mitjans convencionals.

De manera genèrica, l'entrevistada MC2 ho resumeix bé:

La informació que ve de les bases socials, de les ONG i dels moviments socials, és informació que al poder no li interessa mai, perquè és informació que desperta consciències. I el poder no vol despertar consciències. Prefereix tindre uns mitjans de comunicació en general, especialment la televisió que distreguen, perquè és més rentable per a ells políticament tindre a la gent dormida que no desperta i conscient. (MC2)

L'entrevistada del setmanari El Temps reconeixeria, fins i tot, eixes pressions per part dels anunciants:

Però clar, evidentment també la publicitat influeix molt en el contingut. Nosaltres ací... vulgues o no la publicitat, qui posa els diners, d'alguna manera constreny, condiona els continguts. (MA4)

## 4.2.3.2 L'ANÀLISI DE DISCURS QUALITATIU: Patrons

- Text narratiu
- Amb justificacions i testimonis
- Ús abundant de fragments de text  
(Ve r b a t i m s)
- Construcció justificada de patrons



### LA PARTICIPACIÓ A LA RURALITAT:

el cos tècnic i polític  
davant la participació

d'un dia per a l'altre, la ciutadania participe i participe conscientment. Això, sobretot... estem, vivim en una societat que, fins a cert punt, estem alienats. (E4)

Altres, però, assenyalen la dedicació i la gestió del temps que aquests processos requereixen:

No, jo crec que el problema no és de formació. També és un problema de temps, perquè la gent que estem treballant als ajuntaments estem molt sobrecarregats de feina actualment. (E2)

Al seu torn, es posa en relleu la responsabilitat dels ajuntaments:

[...] tampoc veig correcte tirar la culpa a la gent per falta de motivació. Probablement, siga una falta de, per part de l'Ajuntament, poder arribar a eixa gent o motivar-la. (E8)

Això entronca amb els fonaments de la participació: des d'on i per a què. Nacions ambdues que van sorgint als diferents discursos:

[...] la gent diu: "Jo no entenc per a què tinc que anar ahí a donar la meua opinió o les meues idees si jo realment no sé per a què servix."

Aleshores, jo... el màxim seria eixe, l'ignorar per a què servix. Després, l'altre seria la desídia: en els pobles rurals és un poc que se me'n fot tot, saps? Si es cobra aniré, si no... no ho sé. El voluntariat en els pobles... sí, hi ha gent que sí, però la majoria són "a mi no me molestes." (E7)

## 3.2. Particularitats del rural en els processos de participació ciutadana

Nofaltaríem a la veritat si afirmem que la idea predominant de participació ciutadana és preeminentment urbana, malgrat que la dimensió comunitària és bàsica per a parlar de processos de participació que tinguen la capacitat de transformar l'entorn i la comunitat. No obstant això, hi ha un biaix urbanocèntric a l'hora de pensar i implementar les polítiques de participació.

### 3.2.1. L'escassa implantació dels pressupostos participatius a la ruralitat

Atall d'exemple, una de les puntes de llança de les polítiques de participació són els pressupostos participatius, que es troben poc arrelats a escala municipal en poblacions menudes –segurament perquè el pressupost del qual disposen és massa reduït com per a "subhastar-lo". D'acord amb Francés (2017), el pressupost participatiu és una de les eines de democràcia directa que posa sobre la taula de la planificació comunitària l'existència de fórmules

i tal". Entones, tu la demanes, però la demanes una mica com a cegues. No saps eixes dades d'eixes enquestes en què se van a implementar, no saps lo positiu que se trau de fer este tipus de subvencions... La gent del poble... vamos, si l'Ajuntament no ho acaba de vore, imagina't la gent d'a peu que veu pòsters pel poble amb un QR que, a lo millor, la mitat del poble no sap utilitzar un QR... (E7)

Cal destacar també del fragment anterior el vincle entre participació i qüestió tecnològica. La perspectiva del govern obert s'ha canalitzat a través del desenvolupament de ferramentes concretes i de mediacions tecnològiques que propicien la transparència i faciliten la participació. Sembla que la idea utòpica que la tecnologia pot ajudar a construir una democràcia més directa ha caigut en descrèdit. I, de fet, tampoc podem obviar l'escletxa digital que hi ha al rural pel que fa a la qüestió de l'aprofitament dels recursos tecnològics. A la investigació de Català i Penalva (2020), es conclou que la bretxa rural en la implementació de mesures d'e-govern, per exemple, rau en l'absència de recursos i el baix grau de professionalització administrativa i no tant en el grau de competència política—un factor clau aquest en el subdesenvolupament del govern obert a les poblacions més grans. També destaquen que no se n'aprofiten les característiques de les xarxes socials com a espai de participació i diàleg entre els representants polítics i la ciutadania. Les xarxes al rural no funcionen com a eines de potenciació de la ciutadania en tant que subjecte actiu de la política local, sinó com a elements de comunicació que els governs usen per a promocionar la imatge corporativa mitjançant l'ús intensiu de missatges que reflecteixen escenes de la vida local. Qüestions tan rellevants com aquestes ni tan sols van sorgir en les entrevistes, segurament per l'escassa o nul·la implementació d'aquest tipus de pràctiques a la ruralitat en relació amb la participació ciutadana.

### 3.1.5. Com implicar a la població i quan la població simplifica

Respecte a la implicació dels actors socials, a l'anàlisi del discurs emergeix la idea de "poca implicació", una característica en què moltes persones entrevistades incideixen:

[...] més implicació entre les gents. Perquè quasi tens que estar espentejant sempre[...]. La gent és còmoda i és més fàcil la crítica no constructiva que la constructiva. (E1)

Que a la gent li costa molt. A la gent li costa molt participar. S'ha acomodat molt com a consumidors de moltes coses a nivell d'activitats, a nivell d'accions i a nivell de tot i costa molt que siga la gent la que s'arranque. [...] a l'hora ja de fer un procés més seriós o un projecte més a llarg termini, costa més arrancar a la gent. (E2)

[...] el problema és que són les mateixes persones que, pràcticament, estan tirant del carro de tots els col·lectius. Però sí, sí. Qualsevol cosa que fem ho canalitzem a través de les associacions. (E2)

Ara bé, quant als motius que s'al·leguen per a justificar aquesta falta d'implicació, identifiquem relats diversos. Un sector apunta cap a la manca d'una cultura de participació que tindria un caràcter estructural i no dependria tant dels subjectes com a individus:

[...] venim de 40 anys de dictadura i de 40 anys de pseudodemocràcia i no podem esperar que,

## 4.2. ALTRES QÜESTIONS

- Anonimització
- Confidencialitat
- Codificació entrevistes
- Presentació codis

Taula 1. Mostra d'entrevistes

Codi	Àmbit	Risc de despoblament	Comarca	Sexe	Edat
E1	Local	Molt alt	Alt Millars	Dona	60+
E2	Comarcal	Molt alt*	Els Ports	Home	40-50
E3	Local	Alt	Alt Palància	Dona	20-30
E4	Local	Molt alt	Alt Maestrat	Home	30-40
E5	Local	Molt alt	Alcalatén	Dona	60+
E6	Comarcal	Sense risc*	Alt Palància	Dona	40-50
E7	Comarcal	Molt alt*	Alt Millars	Home	20-30
E8	Local	Alt	Alcalatén	Dona	20-30
E9	Diverses	Molt alt	Els Ports	Dona	50-60
E10	Diverses	Moderat	Els Ports	Home	50-60
E11	Comarcal	Molt alt*	Baix Mestrat	Home	30-40
E12	Local	Alt	Alt Maestrat	Home	20-30
E13	Local	Molt alt	Baix Mestrat	Dona	20-30

\*En les iniciatives d'àmbit comarcal s'indica el risc de despoblament del municipi de residència de la persona entrevistada.

## 4.2. ALTRES QÜESTIONS

- Anonimització
- Confidencialitat
- Codificació entrevistes
- Presentació codis

Entrevista	Nom	Rol	Codificació
1	Pasqual Requena i Pallarès	Líder de col·lectiu de defensa del patrimoni	MS1
2	Paco Sanz Sanz	Líder de col·lectiu de defensa del territori	MS2
3	Josep Gavaldá i Esteve	Líder de col·lectiu de defensa del Territori	MS3
4	Juan Bordera Romà	Activista moviment social	MS4
5	Piedachu Peris	Activista col·lectiu de defensa del territori/activista mediàtica	MS5
6	Xurxo Estévez Gantes	Activista mediàtic audiovisual	MS6
7	Xavi Sarrià Batlle	Activista cultural, periodista mitjans alternatius	MS7
8	Rubén Fernández Arizmendi	Periodista mitjà alternatiu imprès-web	MA1
9	Andreu Ginés Sánchez	Periodista mitjà alternatiu imprès	MA2
10	Violeta Tena Barreda	Periodista mitjà comercial-alternatiu imprès	MA3
11	David Segarra Soler	Periodista mitjà alternatiu imprès i web, documentalista freelance	MA4
12	Manolo Gallego	Periodista mitjà alternatiu radio	MA5
13	Jaume Nualart Vilaplana	Periodista mitjà alternatiu web	MA6
14	Juli Esteve Carbonell	Periodista mitjà comercial-alternatiu televisiu	MA7
15	Sergi Pitarch Sánchez	Periodista mitjà comercial imprès i comercial-alternatiu web	MC1
16	Rosa Brines i Sirerol	Periodista mitjà públic televisiu	MC2
17	Hèctor Sanjuan Pons	Periodista mitjà comercial imprès	MC3
18	Rosa Solbes	Periodista mitjà públic televisiu	MC4

Taula 8: Persones entrevistades i codificació

## 4.2. ALTRES QÜESTIONS

- Anonimització
- Confidencialitat
- Codificació entrevistes
- Presentació codis

Tabla 1.  
Codificación de la muestra

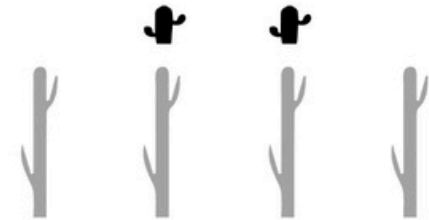
Código	Perfil	Población	Emplazamiento
1T	Alcalde	<1.000	La Marina Baixa (Alicante)
2B	Técnico municipal	1.000<2.500	Baix Segura (Alicante)
3V	Alcalde	<1.000	L'Alcalatén (Castellón)
4B	Alcalde	1.000<2.500	La Plana Alta (Castellón)
5B	Alcaldesa	1.000<2.500	L'Alt Maestrat (Castellón)
6F	Alcalde	<.1000	Els Ports (Castellón)
7P	Concejala	<1.000	L'Alcoià (Alicante)

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo 2022-23.

## 4.3 TRIANGULACIÓ

- Ús de diverses
- tècniques Com a filtres
- previs Com a
- correctors / compensadors
- Per corroborar

*Urbanormatividad en participación ciudadana: Evaluación de la calidad de la participación y dimensión demográfica. Un estudio de la Comunitat Valenciana (España)*



**Xavier Ginés Sánchez (\*)**, **Lluís Català Oltra (\*\*)**,  
**Francisco Francés García (\*\*)**, **Javier Ortega Fernández (\*\*)**

(\*) *Universitat Jaume I, Castellón, España*

(\*\*) *Universitat d'Alacant, Alicante, España*

DOI: 10.4422/ager.2024.01

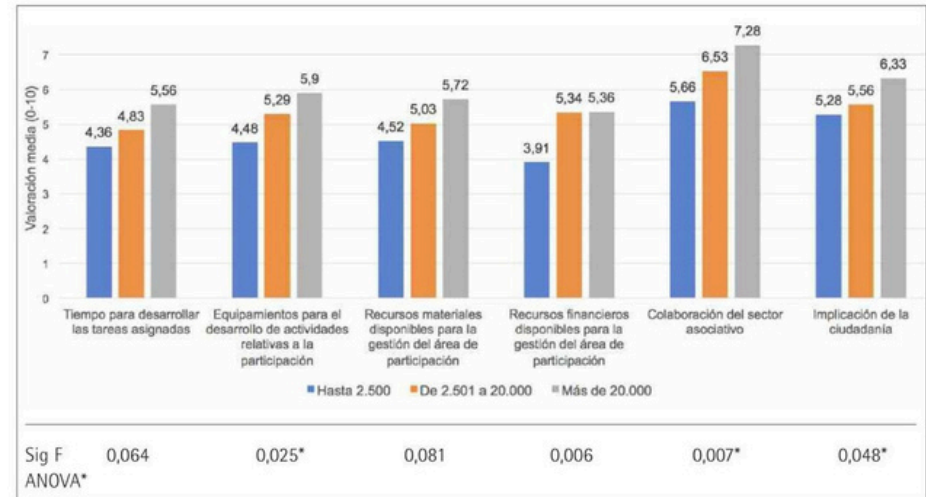
ager

Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural  
Journal of Depopulation and Rural Development Studies

# 4.3 TRIANGULACIÓ

- Ús de diverses tècniques
- Com a filtres previs
- Com a correctors

Figura 2.  
Satisfacció respecte a diversos aspectos de la Participació Ciutadana en funció del volum poblacional del municipi



Se presenta la significación del estadístico de Welch al rechazarse la hipótesis de homogeneidad de varianzas a partir de los resultados del estadístico de Levene.

Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo 2020-2021.

## 4.3 TRIANGULACIÓ

- Ús de diverses tècniques
- Com a filtres previs
- Com a correctors

Las comunidades rurales no participan menos ni mediante mecanismos de menor calidad, sino de otra forma y con mecanismos diferentes. Pero la evaluación de la participación se realiza de acuerdo con patrones urbanos, que llegan a permear en la propia concepción de los agentes que se encargan de ella. Este fenómeno resulta ser un excelente ejemplo de "urbanormatividad" en cuanto a que el observador externo juzga el objeto de observación con herramientas diseñadas para casos con características urbanas como si fueran válidas para todos los hábitats.

Resulta bastante evidente que en las localidades pequeñas es poco útil evaluar la calidad de la participación ciudadana en base a la realización o no de un conjunto de prácticas formales de participación. Lo es por varias razones:

1. Las localidades pequeñas no disponen de recursos económicos ni personal técnico formado en la materia.
2. Aunque los tuvieran, la masa crítica es muy pequeña para que gran parte de los instrumentos clásicos sean operativos.

...

## 4.4 INFORME

1. Objectius
2. Apartats
3. Modalitats



## 4.4.1 OBJECTIUS DE L'INFORME

- Oferir els coneixements de manera precisa i amb justificació del procediment
- Ordenar el conjunt productes de coneixement per al seu test en la comunitat
- Oferir les respostes a les preguntes formulades per institucions i/o empreses que motivaren l'estudi
- ...

# LA JUVENTUD DE CASTELLÓ:

SITUACIÓN Y PRÁCTICAS  
SOCIALES 2017

Mercedes Alcañiz Moscardó y Vicent A. Querol Vicente (coords.)



## 4.4.2 APARTATS DE L'INFORME

1. **Títol:** Ha de ser concís i reflectir el contingut de l'informe.
2. **Resum:** Una breu descripció dels objectius, mètodes, resultats i conclusions.
3. **Introducció:** Contextualitza el tema, presenta la hipòtesi i els objectius de l'estudi.
4. **Materials i Mètodes:** Descriu detalladament els materials utilitzats i els procediments seguits.
4. **Resultats:** Presenta les dades obtingudes, sovint amb taules i gràfics.
5. **Discussió:** Interpreta els resultats, compara'ls amb altres estudis i discuteix les implicacions.
6. **Conclusions:** Resum dels principals descobriments i la seva rellevància.
7. **Referències:** Llista de les fonts citades al llarg de l'informe.
- 8.



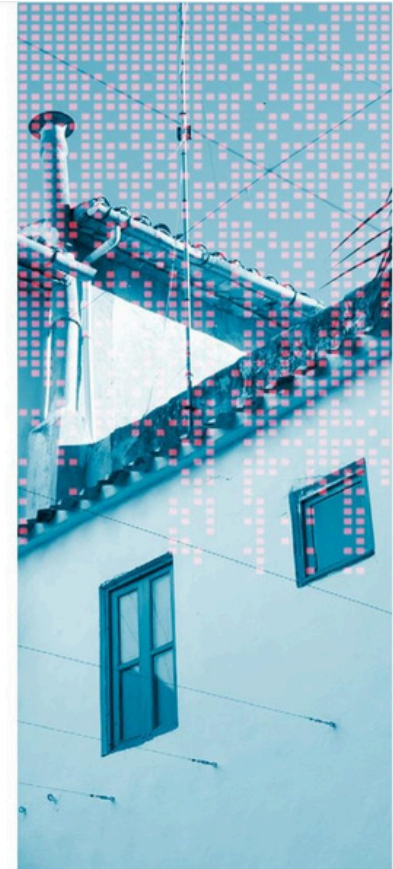
## 4.4.3 MODALITATS DE L'INFORME

1. Informe tècnic o acadèmic
2. Informe administratiu
3. Informe divulgatiu
4. Articles

**Informe 2020**

**L'accés desigual des dels espais  
rurals a la tranformació digital**

**Càtedra Bretxa Digital i Territori**



## 4.2. ALTRES QÜESTIONS

- Auto r ia
- C ita cio ns
- Dr e ts
- Reconeixements
- Pla g i



# Microcredencial Universitària en Estratègies de Desenvolupament Local Participatiu i Sostenible

Novembre, 2024

---

# **Avaluació participativa del desenvolupament local**

# TEMARI

Tema 1: La participació per al desenvolupament local com a punt de partida

Tema 2: Principis bàsics de la recerca-acció basada en la comunitat

Tema 3: Posició tècnic-metodològica

Tema 4: Preparar l'avaluació

Tema 5: Avaluació participativa de programes

---

# **La participació com a punt de partida**

# ALGUNES DEFINICIONS DE PARTICIPACIÓ



Participar per afrontar (i transformar) col·lectivament el que passa en el nostre context proper, convertir-nos en protagonistes comuns dels canvis que percebem com a necessaris en base a les problemàtiques que percebem com a injustes. Romero, Quirós i Buxarrais(2021)

Model de dinamització territorial orientat a l'organització de baix a dalt de la vida social proporcionant un marc adequat perquè la població abordeen el seu territori un procés de reflexió que impulsel'acció

Basagoiti i Bru (2002)



# DELIMITACIÓ DE LA COMUNITAT



# ELECCIÓ D'OBJECTIUS- NECESSITATS

- Principi de rellevància
- Principi d'afectació



1. Que les comunitats coneixen i saben de les seues problemàtiques i del tipus d'espai comunitari que volen construir. Per tant, són elles les que han de fixar els objectius i l'estratègia.
2. Que la tasca tècnica està orientada a acompanyar eixos processos, tot aportant el saber tècnic que pugaser interessant i rellevant per a les comunitats.
3. Que la separació entre subjecte i objecte del procés s'esvaeix (Moreno Pestañai EspadasAlcázar, 2009) per raons epistèmiques i ètico-polítiques.



# **Principis bàsics de la recerca-acció basada en la comunitat**

**Urban PublicationsComittee(2015)**

# 1. La comunitat com a unitat d'anàlisi

Geogràfica i territorial

Identitària

D'interès

De valors

De condicions compartides de vida

---

## 2. Comunitat com a conjunt complex

Individus, organitzacions i xarxes amb una gamma d'actius, preocupacions i punts de vista  
La investigació basada en la comunitat busca donar suport o ampliar estructures socials i processos que contribueixen a la capacitat els membres d'una comunitat a treballar conjuntament

---

### 3. Inclusió de les parts implicades a totes les fases a la recerca

Encara que amb papers diferents i aprofitant els sabers especialitzats  
La investigació cooperativa multi-perspectiva fomenta la participació, enforteix el procés de recerca i enriqueix els resultats

---

### 3. Inclusió de les parts implicades a totes les fases a la recerca

Encara que amb papers diferents i aprofitant els sabers especialitzats  
La investigació cooperativa multi-perspectiva fomenta la participació, enforteix el procés de recerca i enriqueix els resultats

---

## 4. Vincular coneixement i acció al benefici mutu

No significa que acció i coneixement  
estan a totes les fases del procés

---

# 5. Admet una transferència recíproca de coneixements, habilitats i capacitats

Atenent a les les desigualtats socials

Generant comunitats de pràctica

---

# 6. Sostenibilitat i acumulació de l'aprenentatge

De les metodologies

Dels resultats

De la pràctica participativa

---

# INVESTIGACIÓ PARTICIPATIVA BASADA EN LA COMUNITAT (IPBC)– CREACIÓ D'UN EQUIP DE RECERCA

- Per poder transformar una realitat s'han d'obtenir dades de la mateixa comunitat
  - Persones de la comunitat formen part dels equips de recerca
-

# INVESTIGACIÓ PARTICIPATIVA BASADA EN LA COMUNITAT – NIVELLS DE PARTICIPACIÓ

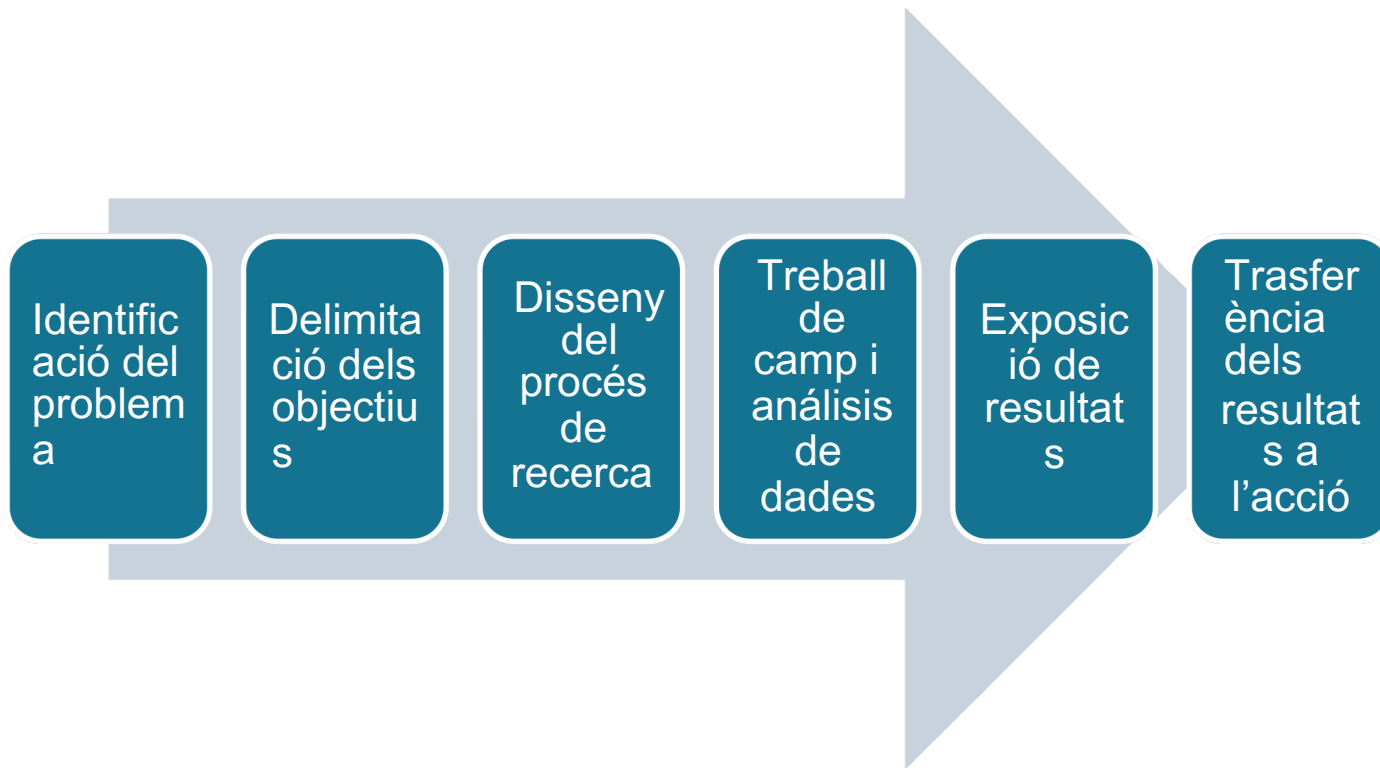
- L'acadèmia o el govern recull informació de la comunitat
- La comunitat no te capacitat de decidir quina informació és la rellevant, o quina informació s'ha de recollir

- Es recluta membres del grup afectat per recollir dades, i poden o no col·laborar en l'anàlisi

- Les persones afectades són part del projecte de recerca
- Participen en la concepció del projecte, el disseny, la recollida i anàlisis de dades, l'exposició de resultats i poden decidir actuar al respecte

- Les persones afectades generen el seu equip de recerca (potser sense cap intenció) per prendre decisions i actuar
-

# INVESTIGACIÓ PARTICIPATIVA BASADA EN LA COMUNITAT – NIVELLS DE PARTICIPACIÓ



# INVESTIGACIÓ PARTICIPATIVA BASADA EN LA COMUNITAT – DIMENSIÓ PRAGMÀTICA



# AVANTATGES

1. Les persones afectades són més propenses a parlar sincerament amb investigadores que coneixen o que comparteixen circumstàncies similars.
  2. Aquelles que han viscut un problema poden tenir idees i informació que a investigadores externes no se'ls acudiria.
  3. Les persones directament afectades per un problema poden detectar la importància de certs comentaris que persones externes podrien considerar insignificants.
  4. Les investigadores comunitàries estan en contacte constant amb el problema i la població, cosa que permet obtenir informació fins i tot fora del context formal de recerca.
  5. Els resultats de la recerca poden rebre més suport comunitari en ser realitzats per persones que comparteixen les mateixes circumstàncies que la comunitat.
-

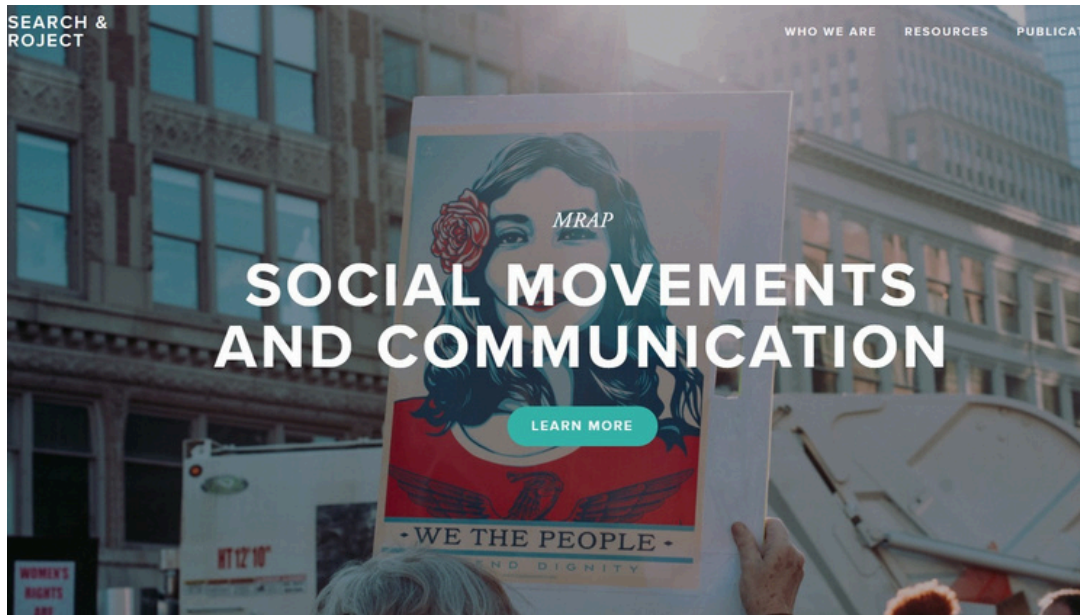


- Si fem avaluació: aquests avantatges poden proporcionar una imatge acurada de la intervenció
  - Si estem estudiant un problema, aquestes avantatges permeten comprendre de manera profunda la naturalesa, causes i efectes del problema i això proporciona una base sòlida per dissenyar una estratègia per resoldre'l
  - Efectes beneficiosos en el paper de les persones de la comunitat que formen part del procés de recerca: en termes d'habilitats i reconeixement social (apoderament)
-

# Posició tècnic-metodològica a la recerca basada en la comunitat

# Paper tècnic i d'acompanyament

- No interpreta el que les comunitats fan, pensen, creuen...
  - Intercanvi de sabers
  - Producció de coneixement des de Baix ('bottom-up')
-



Complexitat de la posició tècnica: ni dins ni fora

- La importància del grup motor
- Acompanyar és més que estar
- Dimensió afectiva
- Funció fàtica

# QUI HAURIA DE PARTICIPAR?

Persones de tots els sectors de la població però, especialment:

- Les persones afectades –és la seua inclusió el que participatiu el procés
  - Persones no directament afectades però que generen confiança
  - Actors que poden prendre decisions (polítics, legislatives...)
  - Investigadores interessades en el tema
-

# QUAN S'AHURIA DE FER

- Temps disponible
  - Disseny i tipus d'anàlisi
-

# METODOLOGIES

## Ventall de metodologies- tècniques

- Sempre que es respecte la transparència del procés
- Sempre que siga adequat als objectius
- Sempre que es revisen les relacions de poder



# PASSES

- Reclutament
  - Orientar i formar l'equip de recerca
  - Delimitar la pregunta de recerca o l'avaluació
  - Planificar l'estratègia de recerca
  - Anticipar problemes i preparar plans de contingència
  - Implementar el pla de recerca
  - Preparar i presentar els resultats i recomanacions
  - Prendre o tractar de prendre l'acció apropiada
  - Fer el seguiment –avaluació i altres
-

**Preparar l'avaluació**

# PER QUÈ AVALUAR ELS PROGRAMES DE DESENVOLUPAMENT LOCAL

*Avaluació per millorar els programes,  
per prendre decisions i treballar millor  
en i per la comunitat*

*Dimensió pràctica: fer millor les coses*

---

# PER QUÈ AVALUAR ELS PROGRAMES DE DESENVOLUPAMENT LOCAL

Investigació sistemàtica del mèrit,  
valor o significativitat d'un objecte o  
esforç.  
Un objecte o esforç és «el  
programa».

---

# TIPUS DE PROGRAMES

- Serveis directes –escola matineria per millorar la conciliació
  - Esforços de mobilització comunitària –contra l'establiment d'una instal·lació de plaques fotovoltaïques
  - Iniciatives de recerca –conèixer com impacta la posició social, el gènere i l'ètnia en la percepció de la salut
  - Programes de control –detecció del fracàs escolar
  - Campanyes de comunicació social –contra la violència de gènere
  - Programes de capacitació –millora de l'empleabilitat de les persones amb baixos recursos
  - Programes de millora de serveis/recursos –programa de millora del funcionament d'un centre de dia
-

# Planejar el procés d'avaluació

Entendre l'interès de les parts  
implicades:  
líders comunitaris,  
persones avaluadores  
i entitats finançadores

- Rendir comptes
  - Assistir qui reben subvencions
  - Avaluar l'impacte o la qualitat d'un programa
  - Planificar nous programes
  - Augmentar el coneixement
  - ...
-

# PREGUNTES DE PARTIDA

- Quins són els interessos de les parts implicades
  - Quina informació els seria d'utilitat
  - Quines preguntes he de fer per obtenir eixa informació
  - Quines ferramentes ajudarien a recollir-la
-

# QUI FARÀ L'AVALUACIÓ?



- Professional
- No professional

# QUAN ES TRIEN LES PERSONES AVALUADORES

El més prompte possible



# ANÀLISI I CONEIXEMENT DEL CONTEXT

Importància de conèixer les  
particularitats de la  
comunitat, la història, les  
dinàmiques....

---

# SI FEM AVALUACIÓ PARTICIPATIVA...

Programar temps per formar les persones avaluadores:

- habilitats de treball en equip
  - entrevistar
  - observació
  - registrar informació
-

# **Avaluació participativa de programes**

**TheCommunityTool Box, Center forCommunity  
Healthand Development, UniversityofKansas**

# 1. QUI PARTICIPA EN L'AVALUACIÓ DE PROGRAMES - RECLUTAMENT



Parts implicades: a qui li importa?

```
graph LR; A[Clarificar els objectius del programa] --> B[Desenvolupar les preguntes d'avaluació]; B --> C[Dissenyar els mètodes d'avaluació]; C --> D[Establir el cronograma d'avaluació];
```

Clarificar els objectius del programa

Desenvolupar les preguntes d'avaluació

Dissenyar els mètodes d'avaluació

Establir el cronograma d'avaluació

---

## 2. CLARIFICAR ELS OBJECTIUS DEL PROGRAMA

- Què es vol aconseguir
  - Com es comprovarà que s'aconsegueix
-

### 3. DESENVOLUPAR LES PREGUNTES D'AVUACIÓ

- Sobre el procés
  - Sobre la implementació del programa
  - Sobre l'assoliment d'objectius
  - Sobre l'impacte en les persones participants
  - Sobre l'impacte en la comunitat
-

**Sobre el procés**

**VOLEM SABER...**

**Quina qualitat ha tingut el procés d'intervenció,  
d'investigació-acció?**

---

## Sobre el procés

### POSSIBLES PREGUNTES...

Hi va haver una bona coordinació i comunicació? Va ser el procés participatiu? Es va seguir el cronograma original per a cada etapa del projecte? Es va poder trobar o contractar les persones adequades? Aparegueren líders inesperats durant el procés?

---

## Sobre el procés

### POSSIBLES MÈTODES...

Sistema de monitoratge del procés

Entrevistes individuals als participants clau

Enquesta de satisfacció dels membres amb el procés

---

## Sobre la implementación del programa

VOLEM SABER...

Com de ben planificat estava el programa o la iniciativa

Com de bé es va posar en pràctica aquell pla?

---

## Sobre la implementació del programa

### POSSIBLES PREGUNTES...

Qui participa? Hi ha diversitat entre les persones participants? Per què els participants entren i ixen dels programes? Es generen una varietat de serveis i activitats alternatives? Reben serveis aquells que més necessiten ajuda? Estan satisfets els membres de la comunitat amb el fet que el programa cobreix les necessitats locals?

---

## Sobre la implementació del programa

### POSSIBLES MÈTODES...

Sistema de monitoratge per un seguiment de les accions i èxits relacionats amb la missió de la iniciativa  
Enquesta de satisfacció dels membres amb els objectius  
Enquesta de satisfacció dels membres amb els resultats

---

**Sobre l'assoliment d'objectius**

**VOLEM SABER...**

**En quina mesura s'han assolit els objectius establerts**

---

## Sobre l'assoliment d'objectius

### POSSIBLES PREGUNTES...

Quantes persones han participat al programa? Quantes hores estan implicats els participants?

---

## Sobre l'assoliment d'objectius

### POSSIBLES MÈTODES...

Sistema de monitoratge per un seguiment de les accions i èxits relacionats amb la missió de la iniciativa  
Enquesta de satisfacció dels membres amb els resultats  
Escala d'assoliment d'objectius

---

## Sobre l'impacte en les persones participants

**VOLEM SABER...**

**Quant i quin tipus d'impacte ha tingut el programa o iniciativa en els seus objectius de canvi?**

---

## Sobre l'impacte en les persones participants

### POSSIBLES PREGUNTES...

Com ha canviat el comportament com a resultat de la participació en el programa?

Estan les persones participants satisfetes amb l'experiència?

Hi ha hagut resultats negatius de la participació en el programa?

---

## Sobre l'impacte en les persones participants

### POSSIBLES MÈTODES...

Enquesta de satisfacció dels membres amb els objectius

Enquesta de satisfacció dels membres amb els resultats

Enquestes de comportament

Entrevistes amb participants clau

---

## Sobre l'impacte en la comunitat

**VOLEM SABER...**

**Quant i quin tipus d'impacte ha tingut el programa o iniciativa en la comunitat en general?**

---

## Sobre l'impacte en la comunitat

### POSSIBLES PREGUNTES...

Quins resultats ha tingut el programa?

Hi ha hagut resultats negatius del programa? Superen els beneficis del programa els costos?

---

## Sobre l'impacte en la comunitat

### POSSIBLES MÈTODES...

Enquestes de comportament

Entrevistes amb informants clau

Indicadors a nivell comunitari

---

## 4. RECOLLIR LA INFORMACIÓ



# TÈCNIQUES

Registre –observació

Enquesta d'opinió

Indicadors sistemàtics amb dades censals/padró

Qüestionaris

Entrevistes d'opinió i valoració

Grups focals o entrevistes grupals

Sessions d'intercanvi d'informació comunitària

**Tècniques quantitatives**

**Tècniques qualitatives**

# 5. ANALITZAR LA INFORMACIÓ

Registre –observació: CÒMPUT

Enquesta d'opinió: ANÀLISI ESTADÍSTICA

Indicadors sistemàtics amb dades censals/padró: ANÀLISIS ESTADÍSTICA

Qüestionaris: ANÀLISIS ESTADÍSTICA

Entrevistes d'opinió i valoració: ANÀLISIS DE CONTINGUT/DISCURS

Grups focals o entrevistes grupals: ANÀLISIS DE CONTINGUT/DISCURS

Sessions d'intercanvi d'informació comunitaria: ANÀLISIS DE CONTINGUT/DISCURS

**Tècniques quantitatives**

**Tècniques qualitatives**

## 6. AMB ELS RESULTATS: CELEBRAR ELS ÈXITS I AJUSTAR EL PROJECTE PER MILLORAR-LO



# Resum

- La participació avaluativa és part de la recerca participativa
  - Per a la mirada comunitària, l'avaluació participativa genera beneficis mitjançant la implicació de persones afectades la informació que aporten pot ser extremadament clau
  - Genera efectes en la construcció de comunitat
-



Co-funded by  
the European Union

**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

**surf**  
Sustainable Rural Future

# CONTACTE

EMMA GÓMEZ NICOLAU

[enicolau@uji.es](mailto:enicolau@uji.es)

964729665

Despatx HC1449DD

Facultat de Ciències Humanes i Socials

Universitat Jaume I

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union

**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

**surf**  
Sustainable Rural Future

+ INFO



[www.surfproject.](http://www.surfproject.eu)



[eu](https://www.youtube.com/channel/UC...)



[@SURFERasmus](https://www.instagram.com/SURFERasmus)



[surf\\_erasmus](https://www.facebook.com/surf_erasmus)

SURF Project

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union

**UJI** UNIVERSITAT  
JAUME I

**surf**  
Sustainable Rural Future

# CRÈDITS

Icones: [Pixel perfect](https://www.flaticon.com) [www.flaticon.com](https://www.flaticon.com)

Imatges: Generades amb IA (microsoftdesigner),

Gravació i muntatge vídeo: Impactant

Text: Emma Gómez Nicolau i autories referenciades

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.