



Universitat de Girona

# LAS CONDICIONES DE INTERACCIÓN COMUNICATIVA EN LAS TÉCNICAS LINGÜÍSTICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN Y SUS EFECTOS EN LA ELABORACIÓN DISCURSIVA SOBRE EL CUERPO Y LA EDUCACIÓN

**Santiago PERERA IZQUIERDO**

**ISBN: 978-84-691-3672-0**

**Dipòsit legal: GI. 520-2008**

<http://hdl.handle.net/10803/8006>

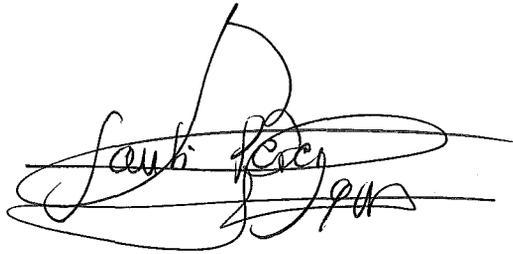
**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

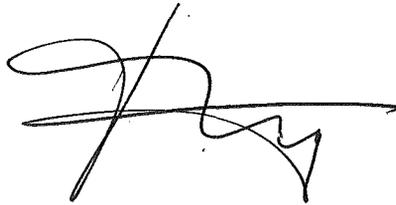
**TESIS DOCTORAL**

**Las condiciones de interacción comunicativa en las  
técnicas lingüísticas de obtención de información  
y sus efectos en la elaboración discursiva  
sobre el cuerpo y la educación**

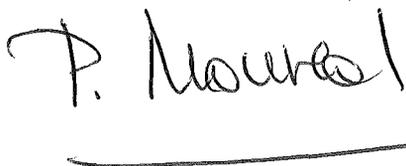


Santiago Perera Izquierdo

Director: Dr. Fran Elejabarrieta



  
Universitat de Girona  
Biblioteca



Professora Tutora  
Dra. Pilar Monreal

Girona, marzo de 1995

Penso que una persona que té motius per agrair és una persona afortunada, i ho és perquè l'agraïment és la constància de que has tingut algú al teu costat. Aquest treball m'ha proporcionat moltes ocasions per trobar algú al meu costat i aquestes paraules volen expressar l'agraïment a totes les persones, que d'una forma o altra, han seguit, patit i ajudat en l'elaboració d'aquestes pàgines.

A la Carne, a la Núria i al Josep Lluís per les múltiples i acalorades "converses" que, ja sigui a través d'un guió, ja sigui a través d'un qüestionari, han mantingut amb tantes i tantes persones.

Un text amb moltes comes pot semblar una carrera d'obstacles quan es llueix i amb molts punts i comes, no se pas que pot semblar. Si les següents pàgines es llueixen amb soltura és degut a les múltiples correccions que l'Eva ha realitzat, patint un discurs escrit, a vegades dens i liat.

Les hores dedicades a escoltar i escriure el que les persones anaven dient en les entrevistes, són lentes i llargues. Que hagin sigut més ràpides i més curtes i també més entretingudes, és pel cop de ma que la Floren m'ha donat en aquesta feina.

A les persones del Departament de Psicologia els vull agrair l'interès i la paciència que han mostrat fins i tot amb detalls com quan et diuen "quan portaràs allò que tenim a mitjes?".

Al Fran no puc agrair-li prou tot el recolzament, hores i ànims que m'ha dedicat. Les hores de discussió, els viatjes a biblioteques, les hores davant d'una pantalla i moltes més coses han representat un suport inestimable.

A la Laia li vull agrair les necessàries, i moltes vegades ansiades, aparicions tot dient "jo també vull treballar". El compartir amb comprensió un treball com aquest no es pot agrair tan sols amb unes paraules i les persones que ho han fet, prou que ho saben. A pesar de tot ho he volgut intentar.

A tots vosaltres us vull agrair que hem pogui considerar una persona afortunada.

# INDICE

1.	<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
2.	<b>LAS TÉCNICAS LINGÜÍSTICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	11
2.1	<b>CUESTIONARIO</b>	12
2.1.1	<b>Efectos de cuestionario</b>	12
2.1.1.1	Introducción	12
2.1.1.2	Las clasificaciones de los efectos de respuesta	17
2.1.1.3	La eterna cuestión entre preguntas abiertas y preguntas cerradas	21
2.1.1.4	Efectos de orden	29
2.1.1.4.1	Efectos de orden de las preguntas	31
2.1.1.4.2	Efectos de orden de las alternativas de respuesta	35
2.1.1.5	Efectos de asentimiento	39
2.1.1.6	El problema de la atribución de significado	42
2.1.1.7	Otras fuentes de influencia propias del cuestionario	48
2.1.2	<b>Efectos del/ de la entrevistador/a</b>	53
2.1.2.1	Introducción	53
2.1.2.2	Perspectivas en el estudio de los efectos del/de la entrevistador/a	56
2.1.2.3	Características sociodemográficas	60
2.1.2.3.1	El triangulo sociológico: sexo-edad-estatus	61
2.1.2.3.2	La raza y la pertenencia étnica	63
2.1.2.4	Otras fuentes de efectos del/de la entrevistador/a	69
2.1.2.5	Comentarios finales sobre los efectos del/ de la entrevistador/a	72
2.1.3	<b>Efectos del modo de administración</b>	73
2.1.3.1	Introducción	73
2.1.3.2	Administración por teléfono	75
2.1.3.3	Administración por correo	79
2.1.3.4	Diferentes tipos de administración, ¿diferentes tipos de conversación?	86
2.2	<b>LA ENTREVISTA</b>	91

2.2.1	<b>Introducción</b>	91
2.2.2	<b>La entrevista como técnica de investigación social</b>	104
2.2.3	<b>La no directividad del/de la entrevistador/a</b>	108
2.2.4	<b>El contrato de comunicación</b>	112
2.2.4.1	Las intervenciones del/de la entrevistador/a	117
<b>3.</b>	<b>INVESTIGACIONES EMPÍRICAS</b>	123
3.1	<b>HIPÓTESIS Y JUSTIFICACIÓN DE LAS INVESTIGACIONES</b>	124
3.1.1	<b>Justificación de las hipótesis</b>	124
3.1.2	<b>Hipótesis</b>	137
3.1.3	<b>Justificación del anclaje teórico de las investigaciones</b>	139
3.2	<b>INVESTIGACIÓN SOBRE EL CUERPO</b>	141
3.2.1	<b>Método</b>	141
3.2.1.1	Material	142
3.2.1.2	Muestra	146
3.2.2	<b>Resultados</b>	148
3.2.2.1	Resultados de las entrevistas	148
3.2.2.1.1	Resultados preliminares	148
3.2.2.1.2	Discursos y condiciones de interacción en las entrevistas	154
3.2.2.1.3	Caracterización de grupos	170
3.2.2.2	Resultados de los cuestionarios	174
3.2.2.2.1	Las metáforas del cuerpo	175
3.2.2.2.2	Las funciones del cuerpo	178
3.2.2.2.3	Las sensaciones corporales	179
3.2.2.2.4	Las utilidades del cuerpo	186
3.2.2.2.5	Los cuidados necesarios	189
3.2.2.2.6	El propio cuerpo: cambios deseados y miedos	192
3.2.2.2.7	Cuerpos observados, Personalidades evaluadas implícitamente	192
3.2.2.2.8	Lo que desagrada del propio cuerpo	215
3.2.2.2.9	Lo admitido y lo desechado del cuerpo y para el cuerpo	217
3.2.3	<b>Elementos de conclusión de la investigación sobre el cuerpo</b>	227
3.3	<b>INVESTIGACIÓN SOBRE LA EDUCACION</b>	230
3.3.1	<b>Método</b>	230
3.3.1.1	Material	230
3.3.1.2	Muestra	233

<b>3.3.2 Resultados</b>	236
3.3.2.1 Resultados de las entrevistas	236
3.3.2.1.1 Resultados preliminares	236
3.3.2.1.2 Discursos y condiciones de interacción en las entrevistas	240
3.3.2.1.3 Caracterización de grupos	253
3.3.2.2. Resultados de los cuestionarios	257
3.3.2.2.1 La concepción de la educación	258
3.3.2.2.2 Lo que debería tener la educación actual	259
3.3.2.2.3 Lo necesario para «una buena educación»	262
3.3.2.2.4 La educación a lo largo de la vida	264
3.3.2.2.5 En qué consiste una buena educación	265
3.3.2.2.6 El recuerdo de la propia educación	266
3.3.2.2.7 De quién es responsabilidad la educación	269
3.3.2.2.8 Utilidad de la educación y elección de escuela	271
3.3.3 Elementos de conclusión de la investigación sobre la educación	273
<b>4 CONCLUSIONES</b>	275
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	283
<b>ANEXOS</b>	309

I

# INTRODUCCIÓN

# 1 INTRODUCCIÓN

En muchas ocasiones se ha calificado al método de encuesta como un método de investigación impreciso. Las razones aducidas para tal calificación han sido varias. Una de las principales se refiere a la puesta en práctica del método de encuesta a través de sus diferentes técnicas de investigación. Tanto el diseño de los cuestionarios como el desarrollo de las entrevistas se realiza, en buena medida, con una ausencia de criterios teóricos y metodológicos. Qué tipo de preguntas se deben realizar, qué orden deben de tener en el conjunto del cuestionario, qué tipo de alternativas se deben ofrecer o qué pautas ha de seguir el/la entrevistador/a en su relación con el/la entrevistado/a, son decisiones que a menudo se toman en base a la experiencia y a los criterios de sentido común del/de la investigador/a.

Con esto no queremos decir que estos criterios y esta experiencia no sean válidos y útiles, pero estas tomas de decisión no contribuyen al desarrollo de un corpus teórico acerca del método de encuesta, sino que constituyen una acumulación casuística difícilmente sistematizable.

Otra de las razones aducidas se refiere a la validez y fiabilidad de la información recogida a través del método de encuesta. La sensibilidad de las respuestas frente a pequeñas variaciones en la formulación de las preguntas o en las alternativas de respuesta, hace difícil pensar que la estabilidad y la solidez de éstas permita realizar una descripción, siquiera aproximativa, de estados de opinión o de sistemas de creencias. Algo similar ocurre con la información obtenida a través de entrevistas. Si los cuestionarios favorecen la duda del sesgo en las respuestas, las entrevistas favorecen la duda de la generalidad. La información obtenida a través de entrevistas se considera, en muchas ocasiones, como una información casuística, en la medida que resulta difícil su réplica y en la medida que el control del desarrollo de la entrevista está poco sistematizado y poco justificado. Si la dinámica de interacción del/de la entrevistador/a con la persona entrevistada sigue unas pautas poco definidas, resultará que las respuestas de la persona entrevistada pueden estar sesgadas por la participación del/de la entrevistador/a. Si la dinámica de interacción del/de la entrevistador/a sigue unas pautas muy estrictas, resultará que no se posibilita ni se facilita la pretendida naturalidad de la entrevista.

La confrontación de las técnicas de investigación del método de encuesta también facilita la percepción de imprecisión de este método. Si deseamos obtener determinada información a través del método de encuesta, hemos de tomar una decisión frente a dos alternativas generales: utilización del cuestionario o utilización de la entrevista. Los criterios

para tomar tal decisión con frecuencia no son metodológicos, sino que son criterios fundamentados sobre la mitología generada alrededor de las maldades y excelencias del cuestionario como una forma estandarizada de formular preguntas, y alrededor de las maldades y excelencias de la entrevista como una forma más natural de obtener respuestas. Si en la decisión han de pesar más las militancias cuantitativas o cualitativas que la naturaleza de nuestros objetivos de investigación, es lógico que el calificativo de impreciso en el método de encuesta se siga manteniendo.

De hecho, la naturaleza de los criterios utilizados en los diversos problemas planteados en el método de encuesta ha sufrido tantas oscilaciones como las fluctuaciones temporales del interés por los problemas metodológicos del método de encuesta. Desde que la segunda guerra mundial provocara, entre otras muchas cosas, el redescubrimiento del método de encuesta como un medio de obtención de información a nivel individual y a nivel colectivo, las investigaciones metodológicas sobre la encuesta han presentado ciertas oscilaciones.

Los años cuarenta supusieron un punto álgido en la aplicación del método de encuesta en EEUU. Se produjeron un sinnúmero de investigaciones y se crearon sólidas organizaciones dedicadas a recabar las opiniones y actitudes de la población. Ya durante esta década se produjeron algunos debates alrededor de la práctica del método de encuesta, debates que como el de preguntas abiertas versus preguntas cerradas, debates que empezaron a plantear cuestiones acerca de qué forma era la más adecuada para recoger las opiniones de las personas. El problema es que, en este caso, el origen del debate no fue una preocupación metodológica, sino una lucha de influencias entre organizaciones.

En los años cincuenta se produjo un incremento de la preocupación por la solidez de la información recogida a través del método de encuesta. Esta preocupación originó la búsqueda y control de las posibles fuentes de variación propias del método de encuesta. Variables como el/la entrevistador/a fueron exhaustivamente analizadas (Hyman, 1954) y definidas como fuente de sesgo en las respuestas. La formulación de las preguntas también fue un centro de interés (Payne, 1951), lo que produjo la elaboración de una serie de directrices más próximas al sentido común que a una investigación sistemática.

Los años sesenta y setenta supusieron una relativa calma en relación a la actividad de detectar y demostrar fuentes de sesgo en el método de encuesta. Esta calma se produjo, entre otras razones, por la hipótesis de que los efectos de variación detectados en las respuestas a una pregunta se contrarrestaban cuando las respuestas a esta pregunta se analizaban en relación a las respuestas a otras preguntas (Schuman y Presser, 1981).

En los años ochenta se avivó el interés por los efectos producidos por el método de

encuesta. Este interés desembocó en pruebas sistemáticas de comparación de respuestas en relación a pequeñas variaciones en las preguntas. Al mismo tiempo, el desarrollo de la corriente cognitivista en ciencias sociales, que también ha tenido su expresión en la investigación sobre este método (p. ej.: Leyens, 1989; Swartz & Bienias, 1990; Tourangeau, 1984, entre otros), supuso la adición de variables como el contexto, la habilidad cognitiva, la cristalización de actitudes, etc., que desplazó el interés exclusivo en las preguntas y en el/la entrevistador/a hacia las características cognitivas y sociales de las personas encuestadas.

Estas oscilaciones históricas del interés por la cuestión, lejos de aclarar y sistematizar los problemas metodológicos planteados en la encuesta, han favorecido su relativo desprestigio metodológico, en primer lugar por no ofrecer soluciones diferentes en su base de las que se proponían ya en los años cuarenta y cincuenta, y en segundo lugar porque supusieron, en sus momentos álgidos, el cuestionamiento de la validez y fiabilidad de las investigaciones desarrolladas en períodos anteriores. Estas circunstancias, junto con la coincidencia de varias disciplinas en la investigación del método de encuesta, sin ningún ánimo de trabajo interdisciplinar, facilitaron la impresión de imprecisión.

Este grado de imprecisión se refleja incluso en la terminología que se utiliza cuando nos referimos al método de encuesta y a cualquiera de sus técnicas de información. En este sentido, los conceptos más habituales que se utilizan dentro del ámbito del método de encuesta son: entrevista, cuestionario, y encuesta. La utilización de estos conceptos resulta a veces indistinta, es decir, nos podemos encontrar con la referencia de **entrevista** personal cuando la «encuesta» se realiza cara a cara, con la referencia de **entrevista** telefónica cuando se realiza por teléfono y de **encuesta** por correo cuando es la propia persona la que rellena el cuestionario. De esta forma no sabemos a ciencia cierta si en la entrevista telefónica se ha realizado una entrevista o se ha administrado un cuestionario, o si en la entrevista personal ha sido un cuestionario entrevistado o una entrevista semiestructurada la que se ha llevado a término. A todo ello se añade que el término encuesta es también un término del lenguaje cotidiano, con sus ambigüedades y connotaciones.

Para evitar esta posible confusión terminológica, en este trabajo proponemos el uso del término **encuesta** cuando nos referimos al método de investigación que utilizamos, el uso del término **cuestionario** cuando nos referimos a la técnica de investigación estandarizada en relación a las preguntas que se formulan, y el uso del término **entrevista** cuando nos referimos a la técnica de investigación en la que las preguntas no están formuladas previamente, ni existen alternativas de respuesta propuestas. Aunque puedan parecer más o menos restrictivas estas definiciones de lo que se trata es tanto de pretender

conceptualizaciones precisas y sintéticas como de evitar las sinonimias y polisemias que caracterizan a los diferentes conceptos utilizados, porque sabemos bien que en el ámbito científico si dos conceptos designan la misma cosa, es que uno sobra, y si un concepto designa varias cosas es que es inadecuado.

No entraremos aquí a detallar el uso de los términos más particulares en relación a los modos de administración ni en relación a los diferentes tipos de entrevistas y de cuestionarios, pero la propuesta es la de utilizar un solo concepto en relación a la técnica a la que nos vayamos a referir. Esta propuesta incluye, de hecho, al propio concepto de encuesta.

Si la especificación conceptual de las diversas técnicas de encuesta obedece más a los hábitos lingüísticos de cada investigador/a que a las propias características de las técnicas utilizadas, el uso del concepto de encuesta sufre, en ocasiones, una apropiación desde el ámbito disciplinario en el que es utilizado. Esta apropiación produce la falsa idea de que existen diferentes métodos de encuesta. Las referencias, por ejemplo, a la «encuesta psicosocial» y a la «encuesta sociológica» (Clapier, 1980) dan cuenta de esta apropiación. Es cierto que puede haber diversos objetivos cuando se utiliza el método de encuesta, e igualmente es cierto que estos objetivos condicionan tanto la aproximación como la interpretación teórica del material lingüístico elaborado, pero no es cierto que configuren diferentes métodos de encuesta. Podemos hablar de un uso psicológico del método de encuesta, pero no de un método de encuesta psicológico. En otro orden y de forma ilustrativa, el método experimental no es esencialmente diferente en la física y en la biología, por ejemplo. Puede ser diferente la precisión de las variables manipuladas o la forma concreta de los sistemas de determinación, pero no la naturaleza ni la estructura del procedimiento experimental. En nuestro caso, estas diferentes apropiaciones disciplinarias del método de encuesta no vienen más que a confirmar el afán de exclusividad sobre el método, con el fin de liberarse de las imprecisiones generales y enmascararlas tras una pretendida forma diferente de utilización del método.

El panorama descrito puede parecer caótico y en cierta medida no concuerda con el frecuente uso del método de encuesta en la investigación. Esto indica que a pesar de los problemas descritos, el método es muy apreciado por el tipo de información que proporciona. Pero los problemas planteados no son más que problemas asociados a la práctica del método y las soluciones que se han intentado ofrecer han sido, igualmente, soluciones más prácticas que teóricas.

En la investigación sobre el método de encuesta difícilmente encontramos una definición del mismo que contemple su naturaleza. El método de encuesta, además de ser

un método de preguntas y respuestas, es fundamentalmente un método lingüístico de obtención de información. Es lingüístico en los instrumentos que utiliza y es lingüístico en la información que obtiene. Esta naturaleza lingüística no se corresponde ni con la concepción ni, en muchas ocasiones, con el uso del método, en la medida en que buena parte del componente lingüístico se refiere al significado y éste suele acostumbrar a brillar por su ausencia en las concepciones de dicho método.

Pensemos en el método experimental. Los clásicos experimentos en psicología y especialmente en psicología social, consistían en la manipulación de diversas variables y la medición de elementos comportamentales «duros». Estos elementos comportamentales raramente eran lingüísticos (tiempos e intensidad de reacción, conformismo, conductas de ayuda, obediencia, etc.). En la actualidad, y no tenemos más que revisar las revistas de investigación, los resultados experimentales se fundamentan, en un porcentaje muy elevado, en información lingüística (respuestas a preguntas). Los motivos son diversos y podríamos destacar la dificultad práctica que supone elaborar y desarrollar un experimento comportamental «duro» clásico. También podríamos destacar el cuestionamiento ético que suponen estos experimentos, en la medida que su puesta en práctica supone una mayor implicación, y por tanto un mayor impacto, para las personas que participan en el experimento. En la actualidad es impensable la elaboración de un experimento de las características del que elaboró Stanley Milgram sobre la obediencia a la autoridad, o del la experiencia de Philip Zimbardo sobre la encarcelación, por ejemplo. Finalmente podemos destacar el auge de la aproximación cognitivista, que se desenvuelve con una mayor facilidad en el ámbito lingüístico que en el estrictamente comportamental «duro». Además, esta perspectiva nos propone una excusa para esta transformación de los procedimientos y la naturaleza de las variables dependientes: en realidad, es cuestión de imaginación, ya que no necesitamos procedimientos experimentales tan espectaculares ni teatrales para obtener conocimiento. Que es una excusa es obvio, porque esta perspectiva no sólo ha modificado la naturaleza de las variables, sino que ha modificado los objetos mismos de investigación. En cualquier caso, lo que es obvio es que en los experimentos actuales se recogen muchas más respuestas verbales que en los experimentos clásicos.

Con todo ello queremos resaltar que si bien el procedimiento experimental requiere de una perspectiva métrica y de control, la información recogida es, en muchas ocasiones, lingüística, lo que supone un cierto desplazamiento de los problemas de significado del método de encuesta al método experimental. El desdén de la experimentación por los problemas lingüísticos (salvo honrosas excepciones) supone una ausencia de preocupación por una fuente de variación que en muchas ocasiones no se considera con la suficiente

entidad como para controlar.

Dentro del ámbito propio del método de encuesta, esta falta de concepción lingüística tanto de la información que se obtiene como de la técnica que se utiliza, ha contribuido en cierta medida a enrarecer el método de encuesta, ya que la aproximación al método no ha sido lingüística, sino que ha sido fundamentalmente métrica.

No es de extrañar que dada esta situación en el método de encuesta y dadas las soluciones que se proponen, se produzca la aparición de una corriente que a nivel metodológico y también a nivel teórico apueste exclusivamente por el lenguaje<sup>1</sup>. Apuesta que simultáneamente implica un cierto desprecio por toda la producción desarrollada bajo cualquier otro presupuesto metodológico y que elimina en buena parte la posibilidad de reinterpretación de un conocimiento ya existente. Si bien la reducción métrica que en muchas ocasiones se aplica a la información elaborada a través del método de encuesta limita su significado, la reducción lingüística que propone esta apuesta supone la renuncia a la posibilidad de establecer algún tipo de criterio a partir del cual podamos acotar la significación y la validez, a pesar de contar con una racionalidad compartida que de por sí establezca unos ciertos límites.

En el método de encuesta, como en cualquier otro método, se pueden efectuar dos tipos de usos: Un uso a nivel de investigación básica y un uso a nivel investigación aplicada. El uso a nivel de investigación básica del método de encuesta se ha decantado fundamentalmente hacia la perspectiva métrica. El principal problema planteado ha sido el de establecer cuál es la mejor forma que podemos utilizar para recoger adecuadamente lo que las personas piensan, conocen, perciben, etc. Esta perspectiva se acomoda a la idea de que lo que la gente piensa (opiniones, actitudes, creencias...) existe independientemente de la aproximación que queramos realizar. La tarea del método de encuesta consistirá en ofrecernos, con sus técnicas, la forma más adecuada de aproximación y de medición de lo que dicen las personas, con el fin de obtener una información objetiva y comparable, fiable y válida. Desde este punto de vista, lo más importante es la forma con que se obtiene la información más que la información misma. En muy raras ocasiones nos encontramos frente a elaboraciones de, por ejemplo escalas de actitud, en las que la preocupación trascienda el objetivo de la fiabilidad de la escala. La preocupación por el significado de la información elaborada, ya sea teniendo en cuenta la forma de interacción establecida entre quien pregunta y quien responde, ya sea teniendo en cuenta la interacción entre quien responde y la forma en que se ha preguntado, o bien teniendo en cuenta la relevancia del

---

<sup>1</sup> Nos referimos al conjunto de lo que suele ser englobado como corriente construccionista y más concretamente al análisis del discurso.

objeto sobre el que se pregunta, casi siempre está ausente. Esta ausencia, en ocasiones se suele suplir por unos criterios más o menos estrictos de fiabilidad y por la adecuación de la métrica del análisis a la métrica de la recogida de información.

De esta forma, se establece una importante distancia entre el método de obtención de información y la entidad y el significado de la información recogida. Esta distancia afecta a la concepción misma de los problemas del método de encuesta, de forma que no se posibilita ningún lugar para analizar sistemas de interacción y de producción discursiva. Se presenta al método de encuesta como de una naturaleza diferente a la de la información que produce, y al no compartir naturaleza se dificulta en gran medida el establecer una relación eficaz entre obtención y producción de información.

Por otro lado, este tipo de aproximación convierte, en cierto sentido, los problemas teóricos del método de encuesta en problemas esencialmente prácticos, y es por este motivo que desde el uso aplicado del método de encuesta nos podemos preguntar qué significado tiene la información obtenida ya que este problema permanece sin solucionar, estableciéndose de esta forma un círculo vicioso.

Desde otros métodos y otras disciplinas, y sin querer entrar en discusiones epistemológicas, existe una cierta analogía entre la naturaleza del método utilizado y la naturaleza de la información que se analiza. Pensemos si no en la física y en la matematización de sus enunciados. Con este ejemplo no estamos sugiriendo que es necesario matematizar el lenguaje, como pretendió Shanon al reducir el uso de los códigos lingüísticos a un simple y llano logaritmo. Nada más lejos de nuestras intenciones. Lo que intentamos resaltar es la falta de adecuación entre la concepción del método de encuesta y la producción discursiva.

Con esto no estamos afirmando que establecer qué orden de las preguntas en un cuestionario no esté relacionado ni tenga ninguna importancia respecto a las respuestas que se obtienen, pero en todo caso sí estamos afirmando que no es ni el único problema ni el más importante. Llegar a entender que la producción discursiva de una persona encuestada no sólo está en relación a la pregunta y a quien la realiza, sino que también está relacionada con la interacción y el significado que se pueda atribuir al contenido discursivo de quien realiza la encuesta, en función del contexto donde se realiza, supone trasladar el ámbito de los problemas del método de encuesta a un espacio más general, en el que sí se puede dar cabida a la interacción entre los diferentes elementos implicados y el significado de la producción discursiva.

Hemos de destacar que de todos los problemas que se pueden apreciar en el método de encuesta, hemos destacado los que hemos considerado más importantes en relación a

nuestros objetivos. Es obvio que en el método de encuesta se encuentran multitud de problemas asociados a su puesta en práctica en tanto que método de investigación, y que dar cuenta de todos ellos significa abarcar muy diferentes ámbitos. Por ejemplo, en este trabajo no se tratan los problemas asociados a las escalas métricas como los rangos o los tipos de escalas (ordinales, de intervalo, de razón, etc.) por considerar que, aunque son importantes, su relevancia está asociada a otros objetivos de investigación acerca del método de encuesta. Igualmente, no hemos tratado los problemas de la selección de los informantes, porque aunque los problemas de muestreo son fundamentales en algunas de las aplicaciones del método de encuesta, no se ven afectados por la naturaleza lingüística del método y por tanto hemos considerado que su lugar de discusión es otro diferente al que se plantea en este trabajo.

Otra apreciación que hemos de destacar es el uso de las palabras «entrevistador», «entrevistado» y «encuestado». Si bien habitualmente se reconoce el uso genérico de estas palabras, es decir cuando hablamos de «entrevistador», en función del contexto, se sobrentiende que hablamos indistintamente de entrevistador y entrevistadora o bien que hablamos sólo del entrevistador, hemos optado por mantener la especificidad del género, esto es, por explicitar que nos referimos a entrevistadores y entrevistadoras en cada referencia. Esto supone, en muchas ocasiones, una lectura un tanto farragosa, pero dada nuestra aproximación al método de encuesta, en la que mantenemos la importancia de la interacción de las personas en el entorno de la entrevista, y dado que una de las variables que hemos considerado (entre otras) es el género del/de la entrevistador/a como elemento a través del que diferenciar diversas interacciones, hemos creído que sería contradictorio establecer en primer lugar su importancia y posteriormente anularla en la exposición discursiva.

En los próximos capítulos vamos a exponer los resultados y las investigaciones que se han realizado sobre el método de encuesta centrándonos en sus dos técnicas de investigación, el cuestionario y la entrevista. En el capítulo del cuestionario expondremos los diversos efectos analizados en función de los tres elementos que clásicamente se ha considerado que intervienen en las respuestas de las personas encuestadas. En primer lugar trataremos los efectos propios de los elementos del cuestionario debidos a las preguntas y las alternativas de respuesta. En segundo lugar, los efectos debidos fundamentalmente a las características sociodemográficas del entrevistador y de la entrevistadora, y en tercer lugar, los efectos debidos a los modos de administración de los cuestionarios.

El siguiente capítulo trata de la entrevista, abordándose en primer lugar su definición y pertinencia como técnica de investigación social, en segundo lugar tratamos del mito de

---

la no directividad del entrevistador o de la entrevistadora y ,finalmente, exponemos una línea teórica sobre la producción discursiva en la entrevista, bajo el epígrafe de el contrato de comunicación. En conjunto estos capítulos iniciales pretenden sentar las bases y el marco teórico en el que se inscribe el trabajo desarrollado.

En el tercer capítulo se establecen las hipótesis y se presentan los resultados de las dos investigaciones que hemos llevado a cabo. La primera investigación trata de las opiniones sobre el cuerpo y la segunda de las opiniones acerca de la educación. Finalmente, en el cuarto capítulo figuran las conclusiones.

II

LAS TÉCNICAS LINGÜÍSTICAS  
DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

## 2.1 EL CUESTIONARIO

### 2.1.1 EFECTOS DEL CUESTIONARIO

#### 2.1.1.1 INTRODUCCIÓN

En la investigación de metodología de encuesta, y más específicamente en los cuestionarios y entrevistas cerradas, uno de los temas que ha generado más literatura ha sido el estudio de los efectos en las respuestas producidos por el propio instrumento o medio de recogida de información. El objetivo del estudio de estos efectos se centra, principalmente, en averiguar hasta qué punto y de qué forma las respuestas de las personas encuestadas están influenciadas, dirigidas o sesgadas, por la formulación de las preguntas.

El interés por conocer las opiniones de la gente, sus actitudes e incluso sus frecuencias y tipos de comportamiento a través de preguntas, no es actual ni novedoso, como tampoco lo es la «sospecha» de que las respuestas a estas preguntas, estén mediatizadas por los temas, por como se formulan las preguntas, o por el contexto global que producen en la entrevista o el cuestionario. Un ejemplo paradigmático del sesgo en las respuestas a partir de la diferente formulación de una misma pregunta es el que obtiene Rugg en su investigación en 1941. Este autor realizó a una muestra nacional de personas la siguiente pregunta: «¿Cree usted que los Estados Unidos deben permitir los discursos públicos contra la democracia?», mientras que en una muestra comparable realizó esta otra: «¿Cree usted que los Estados Unidos deben prohibir los discursos públicos contra la democracia?», siendo las respuestas posibles a ambas preguntas «Sí» y «No». Los resultados mostraron que un porcentaje mayor de personas (20% aproximadamente.) se mostraban más dispuestas a no permitir los discursos públicos contra la democracia, que a prohibirlos.

Concretamente, los resultados que obtuvo Rugg, y los posteriores resultados que se han obtenido en las tres réplicas realizadas por Schuman y Presser en 1974 y 1976 (Schuman & Presser, 1981), han sido los siguientes:

<b>Forma Prohibición</b>		<b>Forma Permitir</b>							
¿Cree usted que los Estados Unidos deben prohibir los discursos públicos contra la democracia? *		¿Cree usted que los Estados Unidos deben permitir los discursos públicos contra la democracia? *							
	Rugg 1940	Schuman & Presser (Otoño 1974)	Schuman & Presser (Febrero 1976)	Schuman & Presser (Primavera 1976)	Schuman & Presser (Otoño 1974)	Schuman & Presser (Febrero 1976)	Schuman & Presser (Primavera 1976)		
Sí (Prohibir)	54%	28.1%	20.1%	21.4%	No (No permitir)	75%	43.9%	45.2%	47.8%
No (No prohibir)	46%	71.9%	79.9%	78.6%	Sí (Permitir)	25%	56.1%	54.8%	52.2%
N	1300?	936	586	1475	N	1300?	494	591	1375

Fuente: Schuman & Presser (1981). *Questions and Answers in Attitude Surveys*. New York: Academic Press, pp. 277.

Esta diferencia en las respuestas obtenida por Rugg y corroborada por Schuman y Presser, aunque con diferencias de actitud considerables en el tiempo, apuntaba ya a la susceptibilidad de las mismas frente a posibles cambios en la formulación de las preguntas. Es muy posible que estos efectos, junto con otros, inspiraran el título de uno de los primeros textos con una repercusión importante en el mundo del método de encuesta, que otorga el calificativo de *arte* a la formulación de preguntas (Payne, 1951). Claro que esta calificación está sujeta a múltiples interpretaciones (léase en sentido positivo o negativo), pero lo que sí es cierto, es que denota ya desde sus inicios la poca sistematización del método de encuesta, el amplio abanico de posibilidades que ofrece la formulación de preguntas, y la falta de criterios objetivos para elegir, por ejemplo, la «forma adecuada» en la formulación de dichas preguntas, o el «lugar correcto» de la pregunta en el cuestionario. Esta falta de criterios ha sido, y es sustituida en muchas ocasiones, por el buen saber hacer de los investigadores, y por elevadas dosis de sentido común; si bien es cierto que a partir de los años 80, han proliferado investigaciones sistemáticas, dirigidas a determinar lo más concretamente posible, qué efectos producen determinadas formulaciones, diferentes órdenes de preguntas, diferentes tipos de alternativas de respuesta, etc.

Junto a la sospecha de la mediatización de las respuestas, se puede añadir la «incertidumbre» de su veracidad, o dígase de otra forma, de su «calidad» (concepto que puede englobar veracidad, sinceridad, fiabilidad, validez...). La introducción del concepto de veracidad en las respuestas, puede resultar a todas luces absurdo, puesto que anteriormente hemos hablado de conocer opiniones y actitudes. Y ciertamente, la pregunta: ¿es esta opinión verdadera?, o, ¿cuál es la opinión verdadera con la que podemos comparar?, es absurda en sí misma. Pero lo cierto es que nos hallamos frente a un problema de influencia, de sesgo, o de error<sup>2</sup>; y en principio, se considera que el abordaje de este problema, necesita de un punto de contraste a partir del cual poder decidir la existencia y la medida de la influencia o del sesgo; algo similar al típico grupo control al que se le pudiera formular la pregunta perfecta, para obtener la respuesta perfecta. Esta necesidad se pone de manifiesto en las encuestas sanitarias o de frecuencia de conducta, en las que se comparan las respuestas de las personas de la muestra con estimaciones generales de frecuencias (p. e. haber padecido alguna enfermedad con asistencias a hospitales, o consumo de bebidas alcohólicas con índices de venta, etc.), para obtener de esta forma, una cierta medida o control de la sinceridad en las respuestas.

La mayor parte de las investigaciones puestas en marcha con el fin de estudiar y/o

---

<sup>2</sup>

El hecho de utilizar diferentes formulaciones para una misma idea no es arbitrario. Se puede hablar de sesgo, de error, o de influencia en función de que cual sea el objetivo o el centro de interés en la investigación del método de encuesta.

controlar los efectos descritos anteriormente, se han realizado a través de muestras partidas, es decir, se ha dividido la muestra general en tantas submuestras comparables como variaciones se hayan querido investigar. Este tipo de diseño de investigación -denominado *split-ballot*-, permite decidir si diferentes formulaciones de preguntas, o diferente orden de formulación, etc., producen diferentes respuestas; y al mismo tiempo se encuadra dentro del «lugar natural» de desarrollo de las encuestas, es decir, fuera del laboratorio (Campbell, 1957; Noelle-Neumann, 1970; Payne, 1951; Rugg & Cantril, 1944). Parece existir un consenso general en admitir este tipo de diseño como el más válido para estas investigaciones (Kalton, Collins & Brook, 1978; Schuman & Presser, 1981), a pesar de algunas críticas, en las que se pone de manifiesto la limitación del diseño para poder determinar qué preguntas producen respuestas más próximas al valor verdadero (McNemar, 1946), o su limitación en la apreciación o cálculo de la variación de las respuestas, en comparación con los diseños intragrupo (Alwin, 1991).

Cabría destacar junto con las anteriores apreciaciones, un tópico en la investigación del método de encuesta; un tópico que por serlo, tiñe sistemáticamente la mayoría de los trabajos realizados en este campo, de un cierto tono de provisionalidad, tanto en los resultados obtenidos, como en sus interpretaciones y conclusiones. Nos referimos a la falta de criterios teóricos generales que guíen las investigaciones.

Las justificaciones de esta falta de teoría, o la dificultad en establecerla, pueden ser varias. La familiaridad del proceso pregunta-respuesta puede haber facilitado el recurso a criterios de sentido común, estableciendo la suficiencia de éstos para guiar la buena forma y formulación de preguntas. La cotidianidad del habla en nuestro entorno puede habernos hecho, a todos nosotros, posibles especialistas del método de encuesta, haciendo que se juzgue innecesaria una conceptualización ordenada y descriptiva del proceso o procesos implicados en la encuesta. Otras justificaciones o dificultades pueden aducirse si tenemos en cuenta la situación de encuesta; situación compleja en la medida que se trata del establecimiento de una interacción, y no sólo eso, sino que el lenguaje como elemento base de la encuesta, añade su multidimensionalidad en una situación en la que el significado vuela a lo largo y a lo ancho, sin ninguna frontera.

Hay todavía otro aspecto que puede dificultar la elaboración de una teoría general en el método de encuesta, y es la confluencia de diferentes aproximaciones o usos. Tal y como señala Groves, «el campo de la investigación de encuesta se ha desarrollado a través de contribuciones independientes y descoordinadas de estadísticos, psicólogos, politólogos y sociólogos» (Groves, 1987; pp. 156). Esta diversidad de aportaciones produce el uso de conceptos diversificados cuando se pretende establecer la calidad de las encuestas (o su grado de error). Conceptos como fiabilidad, validez, error medio cuadrático, sesgo, efecto

de respuesta, etc., se manejan en función de la disciplina de la que se parte al aproximarse al método de encuesta.

Con todo lo anteriormente expuesto, no se puede afirmar que todas las investigaciones se hayan realizado con experimentos *ad hoc*, ni que las líneas de investigación sean arbitrarias. En este sentido cabe destacar los trabajos realizados fundamentalmente desde una perspectiva cognitivista, en los que se intenta analizar los procesos implicados en las diversas dinámicas de respuesta (p. ej.: Blair & Burton, 1987; Bradburn & Danis, 1984; Hippler & Schwartz, 1986; Tourangeau & Rasinski, 1988; Tourangeau et al., 1989).

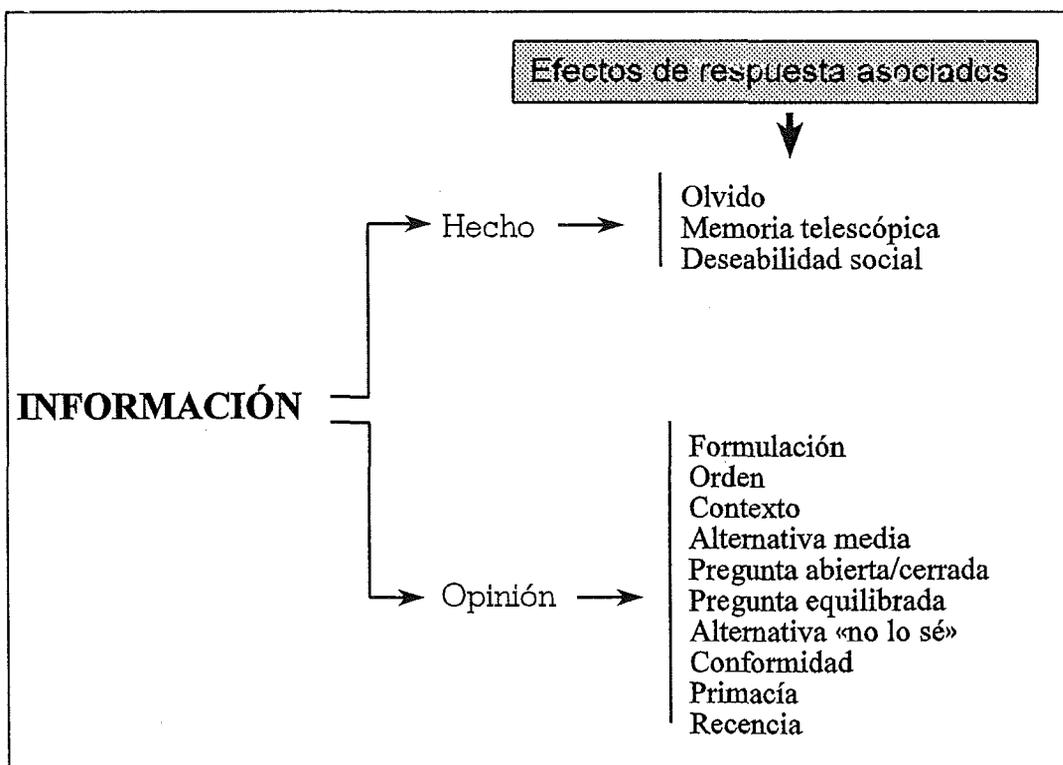
Un punto que ha añadido una cierta dosis de dificultad al estudio y comprensión de los efectos de respuestas ha sido, y es, el poder determinar el alcance de estos efectos. Las revisiones históricas de la investigación del método de encuesta (Kalton, Collins & Brook, 1978; Presser & Schuman, 1975; Schuman & Presser, 1981) nos indican que entre los años 50 y 70, hubo un descenso de investigaciones en este campo. Los autores aducen diversas posibles razones para dar explicación a este descenso. Entre estas posibles razones destacaremos la suposición de la mayor parte de los investigadores de que los efectos de respuestas se circunscriben, esencialmente, a las distribuciones de las respuestas a diversas preguntas, y que por el contrario, estos efectos pierden importancia al tener en cuenta las relaciones entre las diversas preguntas. Esta suposición denominada «correlación resistente a la forma» (*form-resistant correlation*) (Stouffer & DeVinney, 1949; Presser & Schuman, 1975) dio cierta tranquilidad a los investigadores en cuanto al alcance de los efectos de respuesta, lo que supuso un cierto desinterés hacia esta línea de investigación.

Esta suposición se ha visto desmentida en diversas investigaciones, aunque no de forma sistemática (Schuman & Presser, 1978, 1981), así como tampoco se ha logrado establecer la tipificación de los efectos de respuesta, especialmente los referidos a preguntas de opinión y de actitud. Por tipificación nos referimos a poder establecer líneas de susceptibilidad a las diversas formas de preguntas, como por ejemplo elaboración o cristalización de opiniones o actitudes; diferentes niveles culturales o grados de educación, grupos de edad, sexo, etc. En definitiva, se cuenta con datos que demuestran la existencia de los efectos de respuesta, aunque no lo suficientemente constantes como para establecer una determinación general (muchos resultados obtenidos se relacionan con temas particulares y con formas de preguntas particulares). Por último, haremos referencia a otro elemento que altera la posibilidad de unificación de los criterios de investigación sobre los efectos de respuesta. Este elemento es la propia conceptualización de dichos efectos, que en las diversas investigaciones presenta una cierta variación en cuanto a dónde se localizan los efectos, y cómo se clasifican.

### 2.1.1.2 LAS CLASIFICACIONES DE LOS EFECTOS DE RESPUESTA

La localización y clasificación de los efectos de respuesta puede situarse, inicialmente, en diversos puntos. Hay autores que efectúan la clasificación dividiendo los efectos a partir del tipo de información que se busca (Kalton & Schuman, 1982), y en este sentido, separan las preguntas de hecho de las preguntas de opinión. Si bien es cierto que reconocen una mayor diversidad de tipos de preguntas, como las de conocimiento, las de preferencia, etc., siguen manteniendo esta clasificación dicotómica, incluyendo en las preguntas de hecho las preguntas que denominan de juicio o perceptivas, que incluyen un componente de hecho solapado con un componente de opinión.

El siguiente cuadro, esquematiza la conocida y habitual clasificación entre preguntas de hecho y preguntas de opinión.



Sin embargo, este tipo de clasificación es más pertinente para ordenar de forma introductoria y no funcional tipos de preguntas en relación al objetivo u objetivos de la encuesta, que para clasificar los efectos de respuesta. En este sentido nos planteamos dos preguntas:

- I Los efectos de repuesta asociados a las preguntas de hecho ¿son de la misma naturaleza que los asociados a las preguntas de opinión?
- II ¿Hasta qué punto la información que se busca en las preguntas de hecho implica elementos diferentes de la información que se busca en las preguntas de opinión?

En relación a la primera pregunta, cabe decir que en las respuestas a determinadas preguntas, intervienen componentes más específicos que en otras, como por ejemplo la capacidad para recordar hechos pasados (memoria), y que por lo tanto, puede establecerse un proceso más característico de la respuesta a las preguntas sobre hechos, que no se produce en la misma medida en las preguntas de opinión. Este proceso característico de respuesta a las preguntas de hecho (nos referimos a la accesibilidad y recuerdo de la información requerida, y al tipo de respuesta más conveniente), está asociado a determinados tipos de distorsiones como el olvido, y el error telescópico<sup>3</sup>, que forman parte de la memoria; y al sesgo producido por el deseo de proporcionar respuestas socialmente aceptables o deseadas (*social desirability*), especialmente ante preguntas delicadas o amenazantes.

El estudio de estas distorsiones y sesgos entra de lleno en los procesos cognitivos implicados básicamente en el hecho de recordar y establecer una frecuencia de conducta, o de realizar una estimación de cantidad en relación a algún hecho. Por tanto, se trata de encontrar el tipo de pregunta (su formulación y opciones de respuesta) que permita que la tarea a la que se somete al/a la entrevistado/a, se pueda efectuar de forma cómoda, sin un cansancio excesivo y que en realidad pueda escoger como punto de referencia su propia experiencia o su espacio vital, y no tanto el espacio que puede ofrecer la pregunta con sus alternativas de respuesta.

Por contra, los efectos de respuesta ligados a preguntas de opinión, se presumen en cierta forma como inevitables, al carecer de un hecho referencial más concreto u objetivo. De alguna forma, la formulación de las preguntas presenta un entorno que condiciona al/a la entrevistado/a la aproximación al objeto de opinión, es decir, excluye otros posibles entornos que condicionarían de formas diferentes la aproximación de los entrevistados. Desde este punto de vista, los efectos de respuesta de las preguntas de opinión, entran en una dimensión diferente, menos controlable y con la dificultad añadida de no poder encontrar un supuesto punto de partida neutro.

---

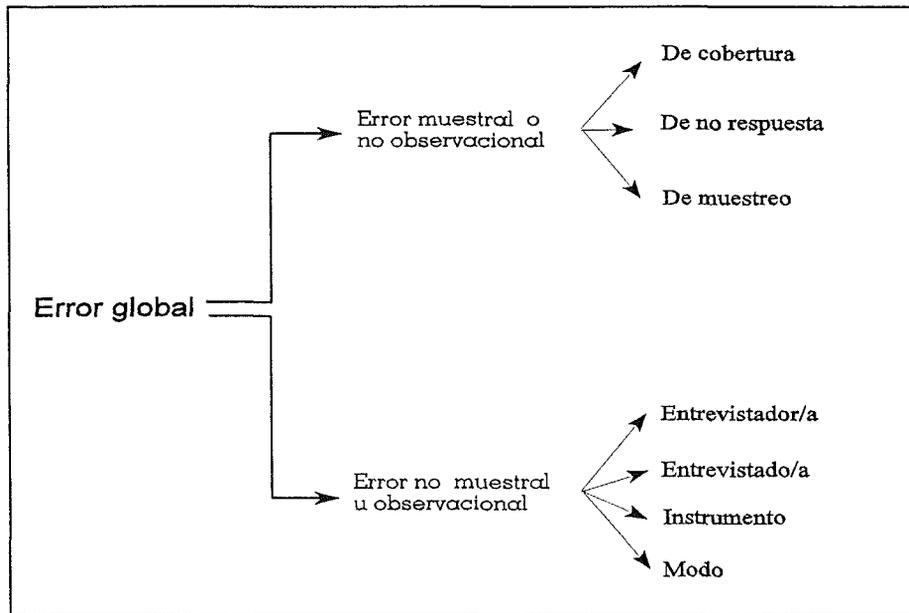
<sup>3</sup> El error o distorsión telescópica, se refiere al hecho de recordar un suceso en un tiempo más reciente o más próximo que el que en realidad ha ocurrido.

En relación a la segunda pregunta, acerca de la diferente naturaleza de la información solicitada en las preguntas de hecho y opinión, podemos establecer el interrogante sobre qué tipo de información que se pueda requerir a través de una pregunta de encuesta no está sujeta a un proceso perceptivo y valorativo. Las respuestas a este interrogante nos pueden situar en el denominado *new look* en el estudio de percepción con los trabajos de Bruner y Goodman (1947). En síntesis, el trabajo realizado por estos autores puso de manifiesto que fichas sin ningún valor y del mismo diámetro que monedas, eran percibidas como menores en tamaño que las monedas. En definitiva, la percepción de un objeto o de un hecho no está ligada solamente a sus características físicas u objetivas, sino que existe una relación con su dimensión social y por lo tanto con el valor o valoración atribuida.

De la misma forma, un mismo intervalo de tiempo puede ser percibido, en términos de frecuencia de un hecho, de diferentes formas. Schaeffer (1991) proporciona en su artículo un buen ejemplo de esta diferencia de percepción cuando hace alusión a una escena de la película *Annie Hall*, en la que la pantalla está dividida en dos partes. En una parte Alvie Singer, el protagonista, habla con su psiquiatra; en la otra parte, Annie Hall, la protagonista, habla con el suyo. La psiquiatra de Alvie le pregunta: «¿con que frecuencia duermen juntos?» y Alvie contesta: «casi nunca, quizás tres veces por semana». El psiquiatra de Annie le pregunta: «¿con que frecuencia mantienen relaciones sexuales?» a lo que Annie contesta: «constantemente, unas tres veces por semana».

Tal y como su nombre indica, las preguntas de hecho parecen referirse a elementos concretos que existen independientemente de lo que se pueda opinar o valorar de ellos. Aunque la aprehensión de estos hechos es relativa al entorno de la persona, a su entorno social y en función de su actividad social, con lo que la existencia independiente de los hechos queda, si no anulada, sí reelaborada por los propios sujetos. Por otro lado, en muchas ocasiones las preguntas de hecho no buscan tanto establecer una línea de frecuencia como determinar cuánta información y de qué tipo, se tiene de determinado acontecimiento; es decir, no interesa tanto el dato objetivo externo, sino la apropiación y verbalización de este dato por parte del/de la entrevistado/a.

Otra forma de contextualizar y clasificar los efectos de respuesta es a partir del concepto de error en las medidas que se quieren recoger a través del método de encuesta. Si se piensa en términos de sesgo y de varianza para describir la calidad de los datos de una encuesta, el error global se subdivide en error muestral o no observacional, y en error no muestral u observacional (Bradburn, 1983; Groves, 1987, 1989; Tanur, 1983).



En este esquema, el error de cobertura se refiere a diferencias entre los resultados de la muestra y los resultados de la población, debidas a que algunos miembros no han estado «cubiertos» por la muestra. El error de no respuesta incluye diferencias entre las características de la población y las estimadas en la muestra, debido a que algunos miembros no han proporcionado respuestas. Finalmente, el error de muestra se refiere a diferencias entre características de la población y las estimaciones, debidas a que miembros de la población han sido excluidos a través de la selección de subgrupos (Groves, 1987). Desde esta perspectiva, los efectos de respuesta estarían clasificados como errores no muestrales u observacionales, debidos al sesgo del/de la entrevistador/a, del/de la entrevistado/a, del instrumento y/o del modo de administración de la encuesta.

Cabe decir que no todos los autores comparten la conceptualización de los efectos de respuesta como errores, puesto que «no siempre está claro que puedan ser pensados como errores en el sentido usual del término» (Bradburn, 1983, pp. 289). Igualmente, existen perspectivas diferentes del modelo de error expuesto, fundamentado en teorías de medida clásicas de psicometría, criticando la limitación de la noción psicométrica de puntuación verdadera, en la que una puntuación observada es una función de una puntuación verdadera y una puntuación de error aleatorio (Alwin & Krosnick, 1991):

$$Y = \tau + \varepsilon$$

Algunos autores (Judd, Smith & Kidder, 1991), añaden a esta función una puntuación de error sistemático, en un intento de recoger la influencia de otros elementos no controlados. En este sentido, una mejor puntuación observada sería aquella que intenta minimizar el error sistemático (aumentar la validez) y disminuir el error aleatorio (aumentar la fiabilidad). Los autores críticos con esta perspectiva clásica proponen a su vez un modelo más completo e interrelacionado, en el que una respuesta a un ítem sería una función de los siguientes términos (Alwin, 1991):

$$Y = \omega + \tau + \eta + \nu + \varepsilon$$

donde:

- $\omega$  = Sesgo de medida posiblemente debido a la influencia de la formulación de la pregunta, a su forma o al contexto.
- $\tau$  = Valor verdadero de la variable.
- $\eta$  = Invalidez debida a errores de conceptualización y/o operacionalización.
- $\nu$  = Errores de medida aleatorios respecto de  $\tau$  pero correlacionados con errores de medida de diferentes ocasiones en que se haya realizado la medición.
- $\varepsilon$  = Errores de medida aleatorios.

Una vez introducidos los diversos aspectos que conforman el contexto de los efectos de respuesta, pasemos a ver como se han tratado a nivel de investigación y qué consecuencias o conclusiones se pueden desprender de dichas investigaciones en el método de encuesta.

### 2.1.1.3 LA ETERNA CUESTIÓN ENTRE PREGUNTAS ABIERTAS Y PREGUNTAS CERRADAS

Este efecto de respuesta quizás sea el que ha generado más publicaciones de investigación en el método de encuesta. En líneas generales, la discusión se centra en qué tipo de pregunta, abierta o cerrada, genera respuestas más adecuadas; pero, ¿en qué

consiste que una pregunta sea abierta o cerrada?. Normalmente se entiende que una pregunta es cerrada cuando se ha de responder seleccionando entre un conjunto limitado de alternativas de respuesta breves, ofrecidas por el/la entrevistador/a, o incluidas en el propio cuestionario.

Pero algunos autores (Dohrenwend, 1965; Dohrenwend & Richardson, 1963) han diferenciado tres tipos de preguntas cerradas:

**I Preguntas de selección:**

En este tipo de preguntas se presentan dos o más alternativas de respuestas, de las que se espera que el/la entrevistado/a seleccione una.

**II Preguntas dicotómicas:**

En estas preguntas la afirmación, la negación o equivalentes son las alternativas que proporcionan la respuesta adecuada.

**III Preguntas de identificación:**

Se caracterizan por interrogaciones del estilo cómo, cuándo, quien, etc., cuya respuesta implica la selección de una lista finita de posibilidades implícitas en la interrogación.

También se podrían añadir, dentro de la categoría de preguntas cerradas, aquellas en las que se pide al/a la entrevistado/a que ordene una serie de elementos según la importancia o preferencia que les otorgue, y las preguntas en las que se ofrece una escala numérica de distancia entre dos polos opuestos (p. ej.: poco - mucho; totalmente desacuerdo - totalmente en desacuerdo, etc.).

Por último, las preguntas se consideran abiertas cuando no implican un conjunto de respuestas breves de las cuales el/la entrevistado/a deb escoger una, es decir, son preguntas que requieren una respuesta propia del/de la entrevistado/a más o menos elaborada en cuanto a comentarios, detalles, explicaciones, etc.

En cuanto a la discusión acerca de qué tipo de pregunta proporciona una mejor calidad de respuesta, la idea más generalmente aceptada es que las preguntas cerradas proporcionan respuestas más pertinentes y comparables; y que las preguntas abiertas proporcionan respuestas más «profundas» y con mayores matices de significado (Bradburn, 1983), así como también las preguntas abiertas anulan la posibilidad de respuestas sesgadas

por alternativas propuestas (Schuman & Presser, 1979a, 1981). En líneas generales, se puede decir que se siguen, o se tendrían que seguir, dos pautas en la elección de la forma de la pregunta: cuando se conoce de forma precisa la dimensión actitudinal que se desea medir se usan preguntas cerradas; por contra, cuando se está interesado/a en conocer las motivaciones y opiniones o sentimientos en profundidad, se usan preguntas abiertas (Dohrenwend, 1965), aunque se reconoce que en muchas ocasiones, independientemente de lo que se quiera investigar, muchos investigadores utilizan sistemáticamente preguntas cerradas unos o abiertas otros.

Así mismo, existen otros criterios de orden económico que también proporcionan pautas de utilización de preguntas cerradas, y es que, en términos de costos y tiempo, dichas preguntas resultan más rentables (especialmente por la tarea de codificación de respuestas).

Con todo, la divergencia de opiniones no está cerrada, sigue habiendo defensores de la practicidad de las preguntas cerradas frente a la información «bruta» que proporcionan las preguntas abiertas, y sigue habiendo defensores de la mayor calidad y autenticidad de las preguntas abiertas frente al «corsé» e influencia de las preguntas cerradas. En definitiva, la discusión se centra alrededor de una mayor o menor intervención del artefacto, es decir, del cuestionario; los partidarios de una menor intervención tienden a valorar la supuesta espontaneidad de las respuestas cuando éstas son elaboradas por las propias personas. Los partidarios de una mayor intervención tienden a valorar la facilidad y fiabilidad de la codificación y la comparabilidad de las respuestas.

Se han realizado múltiples investigaciones intentando demostrar las supuestas cualidades de ambos tipos de preguntas, aunque la mayor parte de ellas ha utilizado operacionalizaciones distintas, y distintos enfoques experimentales, por lo que la comparabilidad de los resultados, es relativa.

En líneas generales, la globalidad de los resultados parece indicar una cierta superioridad de las preguntas cerradas frente a las preguntas abiertas (Converse & Presser, 1986). Las conclusiones de Dohrenwend (1965) y de Schuman y Presser (1979a, 1981) pueden ser, en este sentido, las más paradigmáticas. Dohrenwend intenta testar, a través de un experimento de laboratorio, la especificidad, la profundidad y la validez de las respuestas generadas a partir de ambos tipos de preguntas. Sus resultados e interpretaciones indican que en cuanto a la especificidad, las respuestas a preguntas abiertas presentan una mayor dispersión de temas en relación al tema central de la entrevista que las respuestas a preguntas cerradas. En relación a la profundidad de las respuestas, no encuentra diferencias significativas en cuanto a la forma de las preguntas, y, por último, sus resultados no muestran evidencia de que las preguntas cerradas produzcan una mayor cantidad de

respuestas «objetivas» incorrectas, ni una mayor cantidad de respuestas subjetivas irrazonables que las respuestas a preguntas abiertas. Sus conclusiones le llevan a afirmar, de forma general, que las preguntas cerradas ofrecen más ventajas definitivas que las preguntas abiertas. A pesar de ello, la autora considera problemático prescindir totalmente de las preguntas abiertas, considerándolas adecuadas para medir la saliencia, aspecto en el que las preguntas cerradas resultan inapropiadas, debido al rígido control que ejercen este tipo de preguntas sobre los temas de las preguntas. Las preguntas abiertas serían igualmente útiles en los primeros estadios de una investigación, en la medida que permiten al investigador, formarse un mapa general de los aspectos relevantes del tema en investigación (Richardson, Dohrenwend & Klein, 1965).

Las investigaciones de Schuman y Presser (1979a, 1981) aportan conclusiones similares en cuanto al mejor funcionamiento de las preguntas cerradas. Aunque a diferencia de las investigaciones de Dohrenwend no testan aspectos específicos, sino que comparan distribuciones y relaciones entre variables a través de las respuestas obtenidas con las dos formas de preguntas, sobre unos mismos temas y con muestras comparables. Los temas de sus investigaciones fueron seleccionados para poder ser preguntados de forma abierta y de forma cerrada. Así, preguntaron sobre qué aspectos se valoran más en un trabajo, qué problema se considera el más importante a nivel nacional, y qué se considera lo más importante que un niño debe de aprender para estar preparado en la vida. La forma que tomaron las preguntas fue la de un enunciado seguido de una lista de alternativas de respuesta para las preguntas cerradas, y la de simplemente el enunciado para las preguntas abiertas.

Estas dos formas de preguntas utilizadas por Schuman y Presser, puede pensarse que responden perfectamente a lo que en términos generales se entiende por pregunta abierta, y pregunta cerrada; pero si seguimos las definiciones de Dohrenwend, por ejemplo, puede considerarse que estamos comparando respuestas no de preguntas abiertas y cerradas, sino respuestas de dos formas de preguntas cerradas: preguntas de selección y preguntas de identificación.

Es posible que la tipificación de Dohrenwend sea excesivamente estricta, y que las diferencias entre preguntas abiertas y cerradas se limite a la presencia o ausencia de una lista explícita de alternativas de respuesta. En todo caso, la diferenciación dependerá de la información que se busque, o de qué se considera una respuesta. Se considerará una pregunta abierta la ausencia de ofrecimiento de alternativas de respuesta, cuando interese que el/la entrevistado/a mencione, o no, determinados conceptos que pueden ser englobados en categorías analíticas. Esta última forma puede considerarse una forma de pregunta cerrada, cuando lo que se busca son argumentaciones, explicaciones y/o la

saliencia del tema o de los aspectos de la pregunta.

Los resultados de las investigaciones de Schuman y Presser (1981) muestran diferencias significativas en las distribuciones generales de las preguntas. Las formas abiertas de las preguntas presentan, en general, una mayor dispersión de aspectos mencionados, siendo la distribución de los porcentajes diferente en algunas de las categorías de respuesta comunes a ambas formas de pregunta. Se encuentran diferencias significativas en las respuestas a preguntas cerradas cuando se tienen en cuenta las categorías de variables censales, como por ejemplo nivel educativo; diferencias que en las preguntas abiertas también se muestran aunque no en un sentido claro. El interés por averiguar la relación entre nivel educativo y forma de pregunta radica en la hipótesis de que las preguntas abiertas miden más la capacidad o habilidad de los entrevistados en elaborar una respuesta, que sus actitudes (Stanga & Sheffield, 1987), aunque otros autores (Geer, 1988) aportan datos en sentido contrario.

Los anteriores resultados, llevan a Schuman y Presser (1981) a formular las siguientes conclusiones:

- ▶ Las diferencias entre preguntas abiertas y cerradas se pueden reducir si la lista de alternativas de la pregunta cerrada se elabora a partir de un estudio previo con preguntas abiertas.
- ▶ Las preguntas cerradas se pueden considerar más válidas que las preguntas abiertas, entendiendo por válidas que clasifican mejor a los entrevistados y describen correctamente relaciones entre respuestas. Igualmente, las preguntas cerradas reducen las categorías de respuesta, eliminando las respuestas imprecisas y las ausencias de respuesta (*missings*) que son más comunes en las preguntas abiertas.

En definitiva, los resultados, según los autores, no ofrecen evidencia de superioridad de las preguntas abiertas sobre las preguntas cerradas, con lo que, con un estudio piloto previo con preguntas abiertas, el trabajo de un/a investigador/a puede realizarse exclusivamente con preguntas cerradas. Como es lógico, abogan por la no desaparición de las preguntas abiertas, en la medida en que pueden ser buenas «rastreadoras» de alternativas de respuesta. Igualmente, consideran importante la pregunta abierta «¿por qué?» a

continuación de una pregunta cerrada, al considerar que ofrece razones argumentativas en relación a la selección de la respuesta. Finalmente, otra de las utilidades que los autores atribuyen a las preguntas abiertas es la de proporcionar información de cómo determinados acontecimientos (p. ej. las noticias) pueden afectar a las respuestas.

Esta última utilidad nos aproxima a una línea crítica en relación a las preguntas abiertas, en la que se sustenta la hipótesis de que las preguntas abiertas, más que revelar actitudes fundamentales, nos dan noticia de lo que los entrevistados han leído en los periódicos, o han oído en la televisión (Smith, 1989).

El interés por demostrar la pertinencia o no pertinencia de las preguntas abiertas en el estudio de las actitudes, es la que subyace en este núcleo de investigación, en el que se pueden encontrar investigaciones cuyos resultados permiten a los autores concluir positivamente acerca de la pertinencia de las preguntas abiertas y de su uso en las encuestas (Geer, 1991).

Los trabajos dirigidos a la obtención de argumentos o contra-argumentos acerca de la utilización de las preguntas abiertas han tratado diversos ámbitos, desde la codificación de las respuestas (Montgomery & Crittenden, 1977), los efectos de diversas posiciones de las preguntas abiertas en cuestionarios de preguntas cerradas (Johnson, Sieveking & Clanton, 1974), preguntas de temas amenazantes (Sudman & Bradburn, 1974), hasta la reinterpretación de resultados de anteriores investigaciones (Kane & Schuman, 1991). De todos estos ámbitos, destacamos, por su sistematización y continuidad, los estudios sobre cómo abordar las preguntas amenazantes.

Sudman y Bradburn en sus investigaciones sobre comparación de preguntas abiertas y cerradas, encontraron efectos destacables en cuestionarios autoadministrados de conducta en relación a la amenaza de la pregunta y la forma. No existe una definición consensuada sobre qué es una pregunta amenazante, los diversos autores utilizan el concepto dejándose llevar un poco por la evidencia coloquial del concepto. Sin embargo, entre los elementos que suelen utilizarse para caracterizar este tipo de preguntas se encuentran: preguntas sobre conductas ilegales, socialmente indeseables o contranormativas; preguntas sobre temáticas que no se discuten en público sin cierta tensión o temáticas «sensibles»; preguntas que tienden a producir ansiedad en los encuestados o que se consideran de naturaleza embarazosa o estigmatizante.

Así pues, aventurándonos en una definición de las preguntas amenazantes sugerimos que se trata de preguntas acerca de conductas socialmente indeseables o de temáticas socialmente problemáticas para las que se produce una reticencia de la persona a proporcionar una respuesta pública. En cualquier caso, es este ámbito de las preguntas amenazantes en que Sudman y Bradburn introducen la pertinencia de la discusión entre

preguntas abiertas y cerradas.

En las investigaciones de estos autores, para las preguntas no amenazantes la forma de la pregunta no presentó diferencias, y para las preguntas amenazantes se obtuvieron niveles más bajos de información en las preguntas cerradas en comparación con las preguntas abiertas (Bradburn, 1983; Sudman & Bradburn, 1974). Posteriores investigaciones permitieron confirmar los anteriores resultados, poniendo de manifiesto la ventaja de las preguntas abiertas en relación a la obtención de información de conductas que pueden suponer una amenaza a la intimidad y a la imagen de la persona. Estas investigaciones permitieron constatar que la forma de la pregunta afecta solamente a la frecuencia o cantidad de conducta sobre la que se informa, no a la información de si el/la entrevistado/a se ha dedicado o no a la conducta; este último aspecto depende más de las características del entrevistado, que de la forma de la pregunta (Blair et al., 1977; Bradburn et al., 1978).

Como puede observarse, la discusión acerca de si es mejor utilizar preguntas abiertas o preguntas cerradas en los cuestionarios, no ofrece una respuesta clara. Es posible que una respuesta absoluta no sea pertinente, a pesar de que los resultados de las investigaciones tienden a favorecer el uso de las preguntas cerradas, y de que se han localizado aspectos, como el anteriormente tratado, en los que el uso de las preguntas abiertas presenta claras ventajas. En todo caso, creemos que puede resultar interesante contextualizar la polémica, puesto que en muchas ocasiones la elección de la forma abierta o cerrada de la pregunta parece estar condicionada exclusivamente a determinadas posiciones metodológicas (perspectiva cuantitativa o perspectiva cualitativa)<sup>4</sup>.

Converse, (1984) realiza una excelente aproximación a la contextualización de la controversia pregunta abierta-pregunta cerrada, puesto que la sitúa en el marco histórico que le corresponde. La mayoría de trabajos que tratan el tema (artículos, capítulos, etc.) empiezan a detallar la decisión sobre preguntas abiertas-cerradas con la referencia histórica del artículo de Lazarsfeld de 1944, cuando en realidad este artículo representa casi la conclusión de una encarnizada lucha entre dos organizaciones. Según relata Converse, la polémica surgió durante la segunda guerra mundial, cuando desde Washington el Gobierno Federal solicitó la necesidad de información acerca de las opiniones de los ciudadanos sobre diversos temas relacionados con la guerra. Por una parte algunos colaboradores del presidente empezaron a realizar contactos con Gallup y Roper, importantes figuras del ámbito comercial de encuesta; por otro lado, otros colaboradores iniciaron contactos con

<sup>4</sup> En realidad, en bastantes ocasiones, el término «perspectiva» no deja de ser un simple eufemismo del de «prejuicio» cuando se habla -o se discute entre sordos- de metodología cualitativa y cuantitativa

Rensis Likert, importante figura académica, con lo cual se crearon casi paralelamente dos organizaciones, la *Polling Division* a cargo de G. Gallup y Elmo Roper, y la *Survey Division* a cargo de Likert, con tareas y objetivos similares.

La rivalidad de las dos organizaciones se originó a partir de dos motivos. En primer lugar por la obtención de los escasos recursos, y en segundo lugar por la competición entre dos culturas, la comercial y la académica. La organización a cargo de Likert estaba formada básicamente por psicólogos sociales, algunos de los cuales tenían experiencia en la medida de actitudes, aunque ninguno de ellos podía aportar la experiencia de los investigadores de la división comercial, puesto que nunca habían realizado encuestas a población general (solamente habían trabajado con muestras de estudiantes). A pesar de todo, los psicólogos sociales consideraban que tenían más cosas que enseñar a los investigadores de la división comercial acerca de la psicología de las actitudes (motivación, percepción, cognición, estructura de actitudes...), que los últimos a ellos acerca de la practicidad de la encuesta. Con todo, la rivalidad condujo a la necesidad de establecer diferenciaciones entre las dos organizaciones.

La organización comercial utilizaba básicamente preguntas cerradas para rentabilizar el tiempo y el costo, puesto que les permitía una codificación rápida y con menos pasos intermedios. El por qué Likert abogó por el uso de preguntas abiertas es, según Converse, menos obvio, ya que Likert se dio a conocer con sus escalas formadas por preguntas cerradas, y en algunas de sus investigaciones elogió las preguntas cerradas por su mayor eficacia en relación a los costos. Así pues, las dos organizaciones focalizaron sus diferencias, básicamente, en el uso de dos formas diferentes de preguntas, las cerradas y las abiertas, a partir de lo cual empezaron a elaborar argumentos a favor y en contra de ambas formas de preguntas.

En la primavera de 1942 se propuso a P. Lazarsfeld que mediara y aconsejara acerca de la polémica de las dos organizaciones, y sugirió un trabajo compartido, en el que ambas organizaciones aportaran sus propios métodos. Debido a conflictos internos y presiones económicas externas, la *Survey Division* acabó su contrato en noviembre de 1942 y Likert «perdió», con lo que también «perdieron» históricamente las preguntas abiertas.

Esta contextualización de la polémica creemos que es interesante, pues permite conocer sus orígenes, y lo que es más importante, la naturaleza de las argumentaciones esgrimidas, y de igual forma que la predominancia de la forma cerrada de las preguntas en los cuestionarios guarda relación más bien con un debate institucional que metodológico. Tal y como Converse concluye: «El debate pregunta abierta/cerrada fue debido en buena parte a necesidades y capacidades institucionales, y a ideologías *sobre* investigación,

---

permaneciendo sin entrar *en* la investigación.»<sup>5</sup> (Converse, 1984, pp. 279).

#### 2.1.1.4 EFECTOS DE ORDEN

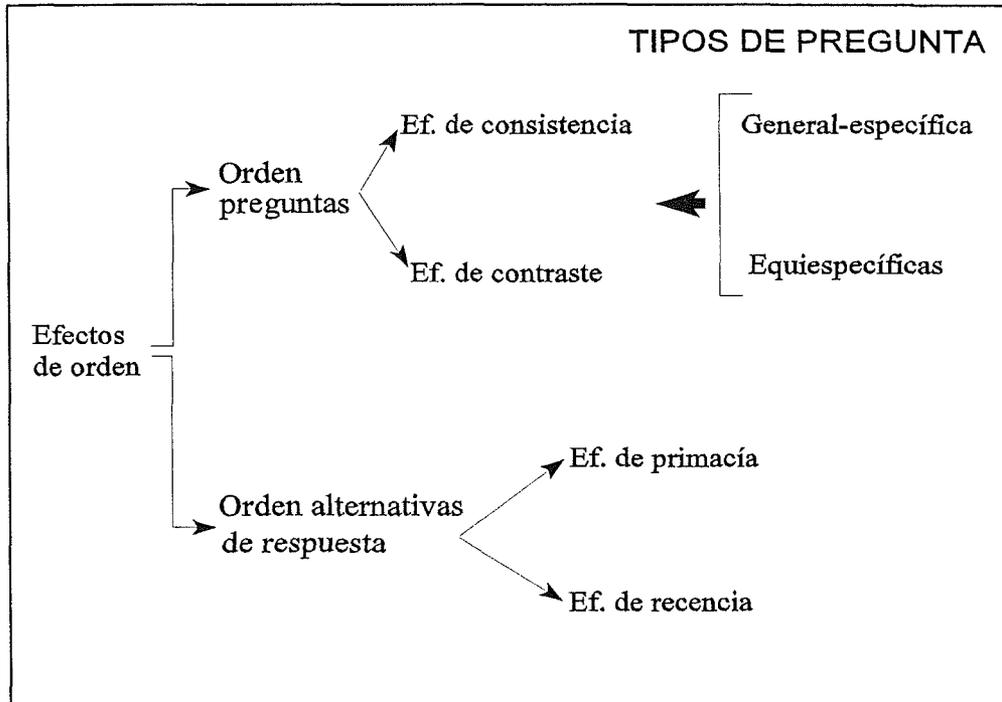
En un cuestionario se podría decir que todo puede ser fuente de preocupación, aunque quizás hay una preocupación que sobresale por encima de las demás. Nos referimos al orden, a la secuencialización en la presentación de las preguntas, e igualmente, en el caso de preguntas cerradas, a la presentación de las diversas alternativas de respuesta. Casi a nivel intuitivo, o mejor dicho, por sentido común, en la composición del cuestionario, a menudo se está pendiente de qué preguntas anteceden a qué otras, y el motivo es simple: bien pudiera ser que el enfoque del enunciado de una pregunta condicione la comprensión de otra posterior, o bien que la respuesta a una pregunta tienda a mantenerse en la misma línea que la respuesta a otra. Esta preocupación se extiende igualmente al orden de las alternativas de respuesta, aunque en un espacio diferente, puesto que en relación a éstas parecen ponerse de manifiesto determinadas tendencias de respuesta, bien en sentido afirmativo, bien en la elección de la primera alternativa, o bien en la elección de la última.

Si los efectos de orden fuesen permanentes, es decir, si se produjesen de forma sistemática en las preguntas de los cuestionarios y entrevistas, la aceptación de la inevitabilidad de los efectos pudiera haber conducido a la elaboración de reglas más o menos simples acerca de cómo efectuar la ordenación ideal para cualquier cuestionario. Pero la aparición de estos efectos no es sistemática, y este hecho ha dificultado enormemente la tipificación de los efectos de orden. Con el fin de sistematizar el estudio de dichos efectos, se han clasificado en efectos de orden de preguntas, diferenciando también tipos de preguntas en función de su especificidad, y efectos de orden de alternativas de respuesta:

---

<sup>5</sup>

Cursiva original del autor



Atendiendo al orden de las preguntas, se diferencian dos tipos de efectos: los efectos de **consistencia**, en los que la respuesta a una última pregunta, es cercana o similar a la dada en una primera respuesta; y los efectos de **contraste**, en el que se ponen de manifiesto diferencias entre respuestas a dos o más preguntas, en función del orden de presentación. Estos efectos se contextualizan en relación a la generalidad o especificidad de las preguntas; en este sentido, los efectos de consistencia toman forma dependiendo de si una pregunta es general y se pretende que resuma o implique a otra (**tipo general - específica**), o bien en función de si ambas preguntas presentan el mismo grado de especificidad (**tipo equiespecíficas**). La misma contextualización afectaría a las preguntas de contraste (Schuman & Presser, 1981).

En relación a los efectos de orden en las alternativas de respuesta se destacan dos efectos fundamentales: el de **primacía** que indica la tendencia por parte de los encuestados, a escoger la primera de las alternativas de respuesta ofrecidas; y el efecto de **recencia**, que indica la tendencia a escoger la última de las alternativas ofrecida. En este apartado de efectos de respuesta se podrían incluir igualmente otros efectos, al poderse considerar que están afectados por el orden de presentación, como por ejemplo los efectos de ofrecer una alternativa intermedia, o los efectos de añadir contraargumentaciones en las alternativas de respuesta. En este sentido, y atendiendo a su especificidad, hemos preferido seguir una

secuencialización de los efectos y no añadirlos en este apartado.

#### 2.1.1.4.1 EFECTOS DE ORDEN DE LAS PREGUNTAS

Tal y como afirman Schuman y Presser (1981), los efectos de orden de las preguntas pueden ser la explicación más frecuentemente utilizada (dejando a un lado los errores de muestreo) de resultados inesperados tanto en investigaciones como en réplicas de otras. En estos efectos subyace la posible influencia de preguntas previas a las respuestas a una pregunta posterior. La investigación de estos efectos tiene ya una larga historia. Autores como Bradburn (1983) citan investigaciones de 1937 de la *Asociación de Márketing Americana* acerca de actitudes de las mujeres hacia la publicidad, en las que las respuestas a algunas preguntas se vieron afectadas por el orden de presentación de otras.

A pesar de que los efectos de orden de preguntas no siempre han contado con evidencia empírica favorable a su existencia (Clancy & Wachsler, 1971; Kalton, Collins & Brook, 1978; Sudman & Bradburn, 1974; Schuman & Presser, 1981), siempre que se han puesto de manifiesto ha sido con preguntas que tienen relación con un mismo tema o aspecto. Este hecho es considerado importante puesto que la mayor parte de los cuestionarios tienden a agrupar las preguntas en función de las temáticas que abordan. En este sentido, algunos autores se preguntan si no se está potenciando la aparición de dichos efectos, y sin embargo la dispersión temática en un cuestionario no parece ser una alternativa adecuada, aunque alguna tentativa de ordenación aleatoria de las preguntas se haya propuesto (Perreault, 1975).

Los ejemplos de efecto de consistencia ofrecidos por Schuman y Presser (1981) en preguntas que comparten un mismo grado de especificidad y una misma temática (ejemplos sobre la opinión de permitir intercambio de periodistas entre USA y URSS), son explicados por estos autores en base a aspectos especialmente significativos en el contexto (sentimientos pro-norteamericanos y anti-comunistas) para el orden en el que primero se presentaba la pregunta en relación a los periodistas comunistas, y en base a la norma de reciprocidad para el orden en que se presentaba en primer lugar la pregunta en relación a los periodistas norteamericanos. Parecidas explicaciones se ofrecen en relación a otros resultados que nos muestran los autores, explicaciones siempre referidas a las temáticas particulares de las diferentes preguntas. Aunque este tipo de explicaciones ligadas a la temática de las preguntas o al contexto normativo, no permiten predecir la aparición del efecto de consistencia, puesto que otras investigaciones presentadas no consiguen obtener constancia de dichos efectos de orden. En relación a efectos de contraste en preguntas

equiespecíficas, los autores recogen un solo ejemplo (Willick & Ashley, 1971), aunque en una réplica de la investigación no consiguieron encontrar estos efectos de contraste.

Las combinaciones de preguntas que presentan un grado diferente de especificidad conforman un apartado concreto de efectos de orden, puesto que la inclusión del contexto de una de las preguntas en otra más general es evidente, con lo que la influencia del orden de presentación se espera que sea más sistemático. Schuman y Presser (1981) admiten la dificultad de diferenciar los efectos de consistencia y de contraste en este tipo de preguntas, y en cierta forma esta diferenciación pasa a un segundo plano en sus explicaciones. Un ejemplo paradigmático de efecto de orden con preguntas tipo general - específica es el que proporciona Smith. (1979) en su investigación sobre la felicidad. En dicha investigación, Smith incluye una pregunta sobre felicidad general y otra sobre felicidad matrimonial, y compara encuestas en las que pregunta en primer lugar acerca de la felicidad matrimonial y posteriormente sobre la felicidad general, con encuestas en las que pregunta solamente sobre la felicidad general. Los resultados indican que para las personas casadas, la pregunta sobre felicidad general obtiene respuestas más positivas cuando se presenta después de la pregunta sobre felicidad matrimonial. En la medida que la felicidad matrimonial es mayor que la general, el autor interpreta los resultados en el sentido de que la felicidad matrimonial «impregna» el sentido de la felicidad general, contestándose ésta en términos de felicidad matrimonial.

Felicidades aparte, las réplicas de esta investigación obtuvieron, en diversas ocasiones, resultados en todas las direcciones posibles. Schuman y Presser (1981) citan una réplica experimental en la que obtuvieron los mismos resultados, e igualmente citan otras investigaciones en las que se incluyeron ambas preguntas, no obteniéndose en una ocasión diferencias significativas en los diferentes órdenes, y en otra ocasión se obtuvieron diferencias pero en la dirección opuesta a la que Smith obtuvo, con lo que la no constancia del efecto de orden dificultó las explicaciones de los autores, que no consiguen establecer una hipótesis explicativa suficientemente coherente con todos los resultados obtenidos.

Otras investigaciones realizadas con este tipo de preguntas generales y específicas parecen obtener resultados más constantes. En estas investigaciones, los autores trabajan con preguntas acerca de la posición de la gente en relación al aborto, y definen los efectos encontrados como efectos de contraste. Las preguntas objeto de estudio son, una pregunta general sobre el aborto en la que se solicita la posición de los encuestados acerca de la posibilidad de que una mujer embarazada pueda abortar legalmente si está casada y no quiere tener más hijos, y una pregunta más específica solicita la posición de los encuestados acerca de la posibilidad de que una mujer embarazada pueda abortar legalmente, si existe la probabilidad de importantes defectos en el niño (los autores utilizan la palabra «baby» y

no «feto»). Los resultados obtenidos muestran que la pregunta general, recibe más posiciones favorables cuando se realiza en primer lugar (60.7%) que cuando se presenta posteriormente a la pregunta específica (48.1%); la pregunta específica no presenta variaciones en función de su posición (84% y 83% respectivamente). En posteriores réplicas se obtienen resultados similares, e incluso con mayores diferencias en los porcentajes, en función del orden de presentación de la pregunta general. La interpretación de este efecto es, tal y como apuntan los autores, «menos clara que su fiabilidad» (Schuman & Presser, 1981, pp. 38).

La búsqueda de las circunstancias bajo las cuales se producen los efectos de orden de las preguntas, así como la constatación de su impacto, ha guiado múltiples investigaciones (Benton & Daly, 1991; Crespi & Morris, 1984; Kraut et al., 1975; Nakamura, 1959; Sigelman, 1981). La mayor parte de estas investigaciones han centrado sus explicaciones en las preguntas y sus características, más que en los procesos cognitivos subyacentes a las respuestas. Una de las hipótesis que ha contado con más aceptación ha sido la hipótesis de la saliencia (McFarland, 1981; Schuman & Presser, 1981), según la cual una pregunta específica origina una saliencia que afecta las respuestas de una pregunta general, efecto que a la inversa no se produce. Siguiendo esta hipótesis, la recomendación más plausible que muchos investigadores realizan es que se siga la secuencia de «embudo» (McClendon & O'Brien, 1988) en la que las preguntas generales deben figurar antes que las preguntas específicas.

A pesar de la hipótesis de saliencia, muchos resultados siguen siendo contradictorios, lo que ha llevado a generar otro tipo de explicaciones a los efectos. La hipótesis de accesibilidad cognitiva (Strack & Martin, 1987) se presenta como alternativa a la anterior, y sugiere que las respuestas a una pregunta general pueden estar condicionadas por la accesibilidad de información evocada por la respuesta a una pregunta específica. El recurso a las normas que rigen la conversación centra el análisis lógico conversacional que realizan Schwarz, Strack y Mai (1991). Estos autores argumentan que los individuos no siempre utilizan la información a la que tienen acceso mediante la memoria. En determinadas circunstancias se puede juzgar innecesario el uso de esta información, y uno de los factores que puede inhibir su uso es el contexto normativo que rige la conversación (Bradburn, 1982; Tourangeau, 1984). Este contexto normativo establece uno de los principios presentes en la conversación diaria: «requiere en los hablantes que realicen su contribución de forma tan informativa como sea requerida en el propósito de la conversación, pero no más informativa de lo que sea requerido» (Schwarz, Strack & Mai, 1991, pp. 5). En definitiva, se entiende que los hablantes han de proporcionar nueva información, antes que información redundante o repetida.

En la situación de encuesta, si los entrevistados aplican esta norma, pueden entender cada pregunta como una situación en la que se les pide información nueva. Si la primera pregunta que se les presenta es una pregunta específica, la contestarán en términos de nueva información. Si la segunda pregunta es general, la contestarán igualmente bajo el mismo supuesto, interpretándola como si dijese: «Dejando aparte lo que ha contestado en la anterior pregunta...». Este análisis abarca más resultados de anteriores investigaciones, aunque sus predicciones no son estables (Tourangeau, Rasinski & Bradburn, 1991).

La mayor parte de las investigaciones citadas centran sus objetivos en los efectos producidos por el orden de las preguntas en las encuestas. Más específicamente, se concentran en el orden de dos preguntas, intentando averiguar qué orden produce qué efectos.

Otro conjunto de investigaciones, aún compartiendo los mismos objetivos, dejan de hablar de orden de preguntas para pasar a hablar de contexto. Si bien es cierto que el orden de dos preguntas se puede entender como un contexto, en todo caso es un contexto reducido. Nos ha parecido interesante hacer mención aparte de estas investigaciones, puesto que tratan la encuesta en su globalidad, reflejando, en cierto modo, el impacto que supone para una persona entrar en la encuesta, y lo que ello supone en relación a las respuestas.

A partir de los efectos de orden en dos preguntas, algunas investigaciones comenzaron a estudiar cómo se verían modificados estos efectos teniendo en cuenta otras preguntas que pueden figurar en un cuestionario. Aunque estas investigaciones representan pequeñas variaciones del problema original, a fin de poder detectar alguna sistematización de los efectos (Hayes, 1964; Noelle-Neumann, 1970; Schuman, Kalton & Ludwig, 1983; Schuman, Presser & Ludwig, 1981) permiten la introducción del contexto en el estudio de estos efectos. El punto de partida se centra en la estructura de las actitudes en relación a la memoria a largo plazo (Tourangeau & Rasinski, 1988) y el proceso de responder a preguntas actitudinales.

Según los autores, el primer paso es interpretar la pregunta y el tema; en el segundo paso se recuperan creencias relevantes en relación al tema interpretado; en tercer lugar se aplican las creencias recuperadas y se representa el juicio adecuado; finalmente con el juicio representado, se selecciona la respuesta adecuada. Según los autores, la escala de juicios depende de la dimensión del juicio seleccionado y la comparación estándar que se utiliza para anclar la dimensión. El anclaje puede verse condicionado por las primeras preguntas que aparecen en el cuestionario, elaborando un marco de referencia a través del cual se selecciona el juicio que se considera más adecuado. Este proceso permite la combinación de las argumentaciones de accesibilidad de la información (a través de aspectos relevantes o salientes de las primeras preguntas) y la adecuación de la escala de juicios al contexto

estructurado a partir de las primeras preguntas del cuestionario (Tourangeau, Rasinski & Bradburn, 1989; Torangeau et al., 1989).

La introducción del término contexto, e incluso el de efecto debido al orden de presentación de las preguntas, parece llevar a la idea de que la mejor forma de eludir dichos efectos pudiera ser la presentación de una pregunta en solitario. De esta forma la persona encuestada podría acceder al significado puro del enunciado, aunque esta idea es de difícil defensa, puesto que el hecho de presentar una pregunta en solitario es en sí mismo un tipo de contexto (Schuman & Presser, 1981), en la medida que se presenta esta pregunta en concreto y no otra. Por otra parte, significa una aproximación al significado un tanto restrictiva, puesto que el significado no depende exclusivamente de una pregunta ni de su formulación. Dependen igualmente de la interpretación por parte del/de la que ha de responder, y del mismo modo, el significado está en relación a la exclusión de todas las restantes posibilidades de enfoque o aproximación al tema de la pregunta.

#### 2.1.1.4.2 EFECTOS DE ORDEN DE LAS ALTERNATIVAS DE RESPUESTA

La incidencia de la encuesta como instrumento en las respuestas de los encuestados no solamente se limita al orden de presentación de las preguntas que se realizan, sino que el orden de las alternativas de respuesta también juega su papel en esta supuesta alteración de las posibles respuestas verdaderas. Las llamadas de atención en relación a estos efectos cuentan igualmente con cierta tradición. Payne (1951) proporciona numerosas evidencias empíricas de dichos efectos en preguntas con dos y tres alternativas de respuesta. Rugg y Cantril (1944) también proporcionan datos que muestran la existencia de dichos efectos, aunque sus investigaciones muestran igualmente otros resultados en los que estos efectos no aparecen. Así pues, una vez más nos encontramos frente a una preocupación por posibles sesgos en las respuestas de los encuestados junto con una cierta inconsistencia en los resultados de las investigaciones dirigidas a su sistematización y explicación (Campbell & Mohr, 1950; Powers et al., 1977; Rugg & Cantril, 1944).

Aunque la posición de las alternativas de respuesta y la posición de las preguntas conforman globalmente los denominados efectos de orden, la naturaleza de los efectos en relación a las primeras son diferentes (Schuman & Presser, 1981). En efecto, el orden de las preguntas puede entenderse como un entorno que por sus características puede afectar a las respuestas, lo que supone en cierta forma que al cambiar el orden (y por lo tanto el entorno), las respuestas (una parte de ellas) cambiarán en consecuencia. Este cambio nos

sitúa ante una relación entre el instrumento (su contenido), su aprehensión por parte del encuestado, y la selección de la respuesta. Los efectos debidos a las alternativas de respuesta toman la forma de tendencias de respuesta, tendencias a seleccionar la primera alternativa en un caso (primacía), o la última en otro (recencia). La diferencia con respecto al orden de las preguntas es, que en las alternativas de respuesta, estas tendencias se manifiestan independientemente de cuales sean las alternativas que figuran en primer o último lugar. Por lo tanto, ya no se trata de una relación entre el contenido del instrumento y su aprehensión, si no que se trata de un proceso unilateral en el que pueden intervenir (según las diversas hipótesis) las características del individuo, su motivación, mantener el compromiso adquirido con el mínimo esfuerzo, etc.

Como ya se ha indicado anteriormente, los tipos de efectos de respuesta más habituales y a los que se ha dedicado más atención son los efectos de primacía y de recencia. Algunos autores (Campbell & Mohr, 1950) han dividido los efectos entre:

▶ **Efectos ordinales:**

Entre los que figuran los efectos de primacía, de recencia, de fatiga, etc.

▶ **Efectos de secuencia:**

Efectos debidos a la posible interacción entre las diferentes alternativas de respuesta propuestas para una pregunta. Estos efectos de respuesta indicarían una naturaleza similar a la de los efectos de orden de preguntas.

Esta clasificación no se ha mantenido, debido posiblemente a que tal y como indican sus autores, ambos efectos se confunden, abundando por lo tanto mucha más literatura de investigación en relación a los efectos ordinales.

Los intentos de explicación de por qué se producen las tendencias de respuesta y de por qué no siempre se producen, han generado múltiples hipótesis, algunas en relación a las características de las alternativas de respuestas, otras en relación a determinadas características y procesos cognitivos de los encuestados. Las primeras hipótesis acerca de por qué los encuestados manifestaban una tendencia de primacía apuntaban a la falta de atención. Payne (1951) atribuía esta tendencia a que las personas reaccionan ante lo primero que ven sus ojos. Posteriormente, las hipótesis se centraron en la redacción de las alternativas, aunque Payne apuntaba igualmente como un posible factor explicativo de los

efectos la legibilidad de las alternativas. Otras investigaciones intentaban apuntar que los efectos de orden de las alternativas de respuesta eran más complejos de lo que en realidad se presumía, y debidos posiblemente a la composición de la entrevista, a la cantidad de alternativas ofrecidas, y a la longitud del cuestionario (Becker, 1954).

Un factor añadido de dificultad es que las explicaciones de los efectos deben de dar cuenta de dos efectos divergentes (primacía y recencia), teniendo en cuenta además que las frecuencias de aparición de dichos efectos no son iguales. McClendon (1986) intenta buscar constancia de los efectos de primacía en preguntas dicotómicas en las que las alternativas de respuesta sean igual de atractivos para los encuestados. Sus hipótesis (las mismas que Schuman y Presser (1981) dieron como explicación a algunos de sus resultados), indican que cuando ambas alternativas ofrecen el mismo atractivo, el hecho de escuchar la primera puede crear un compromiso que produce una reinterpretación negativa de la siguiente alternativa. No obstante, los resultados de su investigación ofrecieron datos contrarios a las hipótesis, es decir, se produjeron efectos de recencia cuando estaban previstos efectos de primacía. El análisis de las relaciones de los efectos con variables censales indicó que las personas con un menor nivel educativo eran más tendentes al efecto de recencia que las personas con un mayor nivel, lo que le permite al autor indicar, cautelosamente, que «estos resultados son consistentes con la idea de que el efecto de recencia se debe a la dificultad de las preguntas» (McClendon, 1986, pp. 211).

Otros autores han intentado elaborar teorías cognitivas para dar cuenta de dichos efectos de respuesta. Krosnick y Alwin (1987) intentan sistematizar una explicación diferenciando la forma de presentación de las alternativas de respuesta (presentación visual, presentación oral). En relación a la **presentación visual**, y basándose en estudios de formación de impresiones, de comunicación persuasiva y estudios sobre el procesamiento secuencial de la información, sugieren que cuando las preguntas son presentadas visualmente se espera que se produzcan efectos de primacía. Los autores aducen dos razones fundamentales:

- a) Cuando una alternativa se presenta en primer lugar puede establecer un marco cognitivo que guíe las interpretaciones de las siguientes alternativas, lo que otorga una especial relevancia o significado a la primera alternativa presentada.
- b) La alternativa o alternativas presentadas en primer lugar están sujetas a un proceso cognitivo más profundo, lo que inhibe una mayor consideración hacia las posteriores alternativas. Esta

dedicación más intensa a las primeras alternativas genera un proceso cognitivo de justificaciones en la elección de alguna de las primeras alternativas presentadas, lo que ocasiona que las últimas alternativas sean menos consideradas como respuesta, y por lo tanto presenten frecuencias bajas de selección.

Junto con este encuadre cognitivo, los autores introducen dos principios:

- 1) **Principio de satisfacción**, según el cual la gente tiende a buscar soluciones que sean aceptables en relación al problema presentado, junto a que estas soluciones minimicen los costos psicológicos. En la situación de encuesta el problema estriba en seleccionar una alternativa aceptable con un mínimo coste. En base a este principio, se espera que los encuestados seleccionen más frecuentemente la primera alternativa ofrecida, especialmente cuando la lista de alternativas sea larga.
- 2) **Principio de optimización**. Este principio es opuesto al anterior. Las personas con una «mayor sofisticación cognitiva» pueden estar más motivadas a optimizar dicha sofisticación puesto que el esfuerzo cognitivo requerido en la solución del problema puede ser menor. En situación de encuesta, se espera que estas personas no muestren signos de efectos de respuesta. Igualmente se espera que las personas con una «sofisticación cognitiva menor» presenten una mayor tendencia a los efectos de primacía.

En relación a la **presentación oral**, los autores afirman que no se ofrecen muchas oportunidades para realizar un procesamiento exhaustivo de la información de la primera alternativa; la lectura de la segunda alternativa acaba con este proceso de forma más o menos inmediata. En este contexto, los encuestados disponen de mayor tiempo para procesar la última alternativa, especialmente tras la pausa que habitualmente se realiza después de su lectura. Los autores indican igualmente, que en este modo de presentación la memoria puede sesgar las respuestas, puesto que las alternativas leídas en último lugar son más susceptibles a la memoria inmediata, y recordarse más. Todo lo anterior permite esperar que se produzcan efectos de recencia en la presentación oral de las alternativas de

respuesta.

La diferenciación efectuada por Krosnick y Alwin en relación al modo de presentación de las alternativas de respuesta, ha sido confirmada en sus investigaciones y en las investigaciones de otros autores (Bishop, 1987; McClendon, 1986; Schuman & Presser, 1981). La hipótesis de la «sofisticación cognitiva», según la cual las personas con una menor sofisticación tenderán a presentar mayores efectos, no ha recibido el mismo grado de confirmación (McClendon, 1986, 1991; Schuman & Presser, 1981).

### 2.1.1.5 EFECTOS DE ASENTIMIENTO

El efecto o sesgo de asentimiento se refiere a la tendencia de los encuestados a manifestarse de acuerdo con el enunciado actitudinal o de opinión que se les presenta. Este tipo de efecto está más asociado al formato de respuesta de acuerdo - desacuerdo, que al formato sí - no (Schuman & Presser, 1981). Algunas investigaciones se han centrado exclusivamente en el formato de escala tipo Likert, variando en unas ocasiones la orientación de las escalas en los diferentes ítems, encontrando entre otros, efectos de asentimiento (Chan, 1991; Campostrini & McQueen, 1993), o estudiando estilos de respuesta extremos en este tipo de escalas (Greenleaf, 1992). Las explicaciones de este efecto han surgido básicamente de dos líneas. Una línea psicológica que conceptualiza el asentimiento como una característica de personalidad (Couch & Keniston, 1960), aunque se considera que esta tendencia tiene poca importancia como medida de personalidad o de sentimientos (Nunnally, 1987). Igualmente se propone la necesidad de diferenciar entre *estilos de respuesta* y *tendencias de respuesta*. Los primeros «tienen que ver con las diferencias individuales confiables a causa de los instrumentos de medición», la segunda «no se relaciona necesariamente con esas diferencias individuales; en cambio tiene que ver con los efectos de los instrumentos de medición sobre las respuestas promedio de un grupo de personas» (Nunnally, 1987, pp. 685).

Otras explicaciones aceptadas básicamente por sociólogos, que hacen hincapié en la influencia de determinadas normas sociales en la interacción entre encuestador/a y encuestado/a, caracterizan el asentimiento como una forma de deferencia de los encuestados con un bajo estatus social, especialmente encuestados negros, en relación a encuestadores blancos de clase media (Carr, 1971; Lenski & Leggett, 1960). Dentro del mismo contexto explicativo, se prevee una tendencia de las personas con un menor nivel educativo a ser menos críticas, y por lo tanto a asentir con más frecuencia frente a las preguntas realizadas

en encuesta (Campbell et al., 1960). Las diferencias de las dos líneas de explicación tienen su base fundamentalmente en la practicidad, es decir, los psicólogos tienden a utilizar cuestionarios autoadministrados a poblaciones de estudiantes, y los sociólogos tienden a utilizar encuestas administradas por entrevistadores a población general, con lo que la relación entrevistador/a - entrevistado/a adquiere más significación en las explicaciones del efecto de asentimiento.

En la mayor parte de las hipótesis planteadas, independientemente de los procesos concretos a los que puedan recurrir (más o menos cognitivos, más o menos motivacionales), subyace un supuesto más general que hace referencia a la formación de opiniones o de actitudes, y más concretamente a su estabilidad, a su saliencia, o, como indican muchos autores, a su cristalización (Schuman & Presser, 1977). Este supuesto más general entronca la mayor parte de las ocasiones con las habilidades o capacidades cognitivas recogidas en muchas ocasiones a través del indicador de nivel educativo (tiempo de permanencia en el sistema educativo institucional). Esta hipótesis implícita supone que las personas con un menor nivel educativo carecen en mayor medida que las personas con un mayor nivel educativo, de actitudes verdaderas hacia los temas que se les plantean, con lo que el asentimiento puede ser una forma fácil y digna de solucionar el problema que se les plantea. Igualmente, se asume que los efectos se producen en mayor medida en preguntas ambiguas o difíciles en cuanto a su significado, aspecto que igualmente añade su dificultad a las personas con un bajo nivel educativo y un estatus social bajo.

A pesar de que McClendon (1991) pone en tela de juicio estas hipótesis al resaltar que se obtuvieron efectos de asentimiento en cuestionarios autoadministrados en población estudiantil (a la cual se le supone por lo menos un estatus social heterogéneo y ciertas habilidades cognitivas), parece entreverse una tendencia a sociologizar este tipo de efectos. No se tiene suficiente con poder identificar personas con categorías sociales, lo cual simplifica enormemente la tarea de tener que atender a las características personales. Tampoco se tiene suficiente con establecer una ley social que nos explica cómo se regulan las habilidades cognitivas a través de las diferentes capas sociales, creando un círculo insalvable, si no que además se tiene la necesidad de encontrar unos responsables de los efectos de respuesta que se producen en las encuestas. Cómo no!, los responsables han de ser en buena parte las personas de estatus social bajo (a ser posible negras o su equivalente), con unos niveles educativos bajos, con habilidades cognitivas limitadas, y con tendencia a condescender frente a seres superiores.

Los resultados de diversas investigaciones (Bishop, 1990; Krosnick & Schuman, 1988; McClendon, 1991; Schuman & Presser, 1981) aportan resultados que ponen en

entredicho las hipótesis anteriores<sup>6</sup>. Una de las conclusiones que destacamos es la realizada por Krosnick y Schuman (1988) en la que se reconoce que los resultados obtenidos son contraintuitivos, y se plantea la necesidad de descubrir los mecanismos psicológicos que pueden suscitar los efectos de respuesta de asentimiento, y acaba afirmando que «puede ser mucho más fácil especificar las variables que interactúan (en relación a los efectos) que identificar los individuos que son más susceptibles a cada efecto» (pp. 951).

Como complemento a estas conclusiones, permítasenos citar una escena que Ghiglione (1989) pone como ejemplo:

*«Encuestador:* (abordando a un presunto cliente ante un stand del SICOB): Buenos días, señor, ¿Puede usted dedicarme unos momentos para responder a algunas preguntas relativas al SICOB?

*Encuestado:* (tras algunos titubeos) Sí, bueno, sí... pero rápidamente, eh, porque, compréndalo usted, no tengo mucho tiempo...

*Encuestador:* Gracias señor, esto va a ser rápido. Bien, empiezo. Primera pregunta: ¿Qué le parece la disposición de los stand en el SICOB? ¿Es buena? ¿Muy buena? ¿Mediana? ¿Mala? ¿Muy mala? Déme una sola respuesta.

*Encuestado:* Buena.

Etc.» (Blanchet, Ghilgione, Massonnat & Trognon, 1989, pp. 136)

El autor se pregunta por qué en la mayoría de los casos, el/la encuestado/a no responde diciendo que la pregunta no le interesa lo más mínimo y que lo deje en paz, las preguntas y respuestas que propone el autor son las siguientes:

- «- ¿Porque no lo piensan? Permítaseme dudarlo.
- ¿Porque les apasionan los cuestionarios? Es poco probable.
- ¿Porque quieren a toda costa dar su opinión? Quizá.
- ¿Porque se sienten especialmente orgullosos de haber sido elegidos por el encuestador para proporcionar el fruto de su reflexión? Es posible.
- ¿O bien responden la mayoría de las veces porque han aceptado

<sup>6</sup> Lo cual representa en cierta forma un alivio, aunque lo preocupante no es el hecho de que los datos no refuercen estos planteamientos, sino que lo realmente preocupante son los planteamientos en si mismos.

implícitamente un contrato cuyo *motor de arranque* hay que buscarlo del lado del respeto al principio griceano de cooperación?» (pp. 136-137).

Consideramos que la situación (trivial según su autor) y las reflexiones siguientes son plenamente pertinentes en relación al efecto de asentimiento y en relación a los efectos de respuesta en general. Se pueden establecer una serie de normas o aprendizajes sociales, según los cuales, una vez iniciada una conversación, ésta no se interrumpirá de forma brusca porque se podría considerar ofensivo y no normativo o consecuente con unas reglas determinadas de comportamiento. Tal y como Ghiglione apunta, si se respeta globalmente el principio de cooperación, se tenderá a responder a las preguntas que se planteen y en la forma que Grice (1975) ofrece:

«Que su contribución conversacional corresponda a lo que se exige de usted, en el estadio alcanzado por ésta, con la finalidad o la dirección aceptadas del intercambio verbal hablado en el que usted se ha comprometido» (citado en Ghiglione, 1989, pp. 137).

Atendiendo a este marco de referencia, la participación de las personas en las entrevistas queda circunscrita esencialmente al cumplimiento de unas determinadas normas sociales, y no tal y como en la mayoría de los casos se presupone, por un interés específico en responder a unas preguntas, con lo que la implicación de la persona queda suficientemente relativizada como para permitir adecuarse a las posibilidades del instrumento a través del cual se realiza la interacción verbal. Una de estas posibilidades es el asentimiento en la medida que pueda percibirse como pertinente a la situación, al principio de cooperación y a la forma de la pregunta. Consideramos mucho más plausible y veraz esta reflexión, que no la clasificación de respuestas (sean estilos o tendencias) a través de características sociológicas de individuos y grupos sociales.

### 2.1.1.6 EL PROBLEMA DE LA ATRIBUCIÓN DE SIGNIFICADO

No hace falta decir que en las encuestas lo que se busca es información en el sentido más amplio del término. La consecuencia lógica que se espera después de una pregunta es una respuesta; y esta respuesta, para la mayor parte de los investigadores, es de desear que

tenga intrínsecamente una buena dosis de significado con el que poder elaborar unas conclusiones. Si bien es cierto que ésta (la dosis intrínseca de significado), es una aspiración más o menos utópica, con lo que se pone de manifiesto una necesidad de atribución de significado a las respuestas, atribución que pasa, en la mayoría de las ocasiones, por el supuesto de que las respuestas han sido elaboradas cognitivamente por los encuestados, es decir, que los temas o aspectos planteados en las preguntas han sido pensados y corresponden a una posición de la persona sólida y bien estructurada. De la necesidad y del supuesto, nace la incertidumbre: ¿Corresponden las respuestas de los encuestados a una estructura de opinión o de actitud previamente elaborada?; ¿o en muchas ocasiones la respuesta representa una toma de posición en el momento mismo de efectuarla?; ¿o es, en todo caso, fruto de las circunstancias y del contexto de la encuesta?.

Estas preguntas han acarreado una serie de investigaciones destinadas a localizar cuál es la mejor forma de presentar las alternativas de respuesta para poder detectar las opiniones verdaderamente elaboradas, y poder diferenciarlas de las elaboradas provisionalmente. El problema se ha considerado suficientemente importante por las implicaciones que en muchas ocasiones se derivan de las respuestas (sobretudo en las decisiones políticas y comerciales) (Bogart, 1967), y por poder afirmar o negar un cambio en las opiniones y actitudes a lo largo del tiempo (Schuman & Scott, 1989). A un nivel más operativo, el problema que se intenta resolver toma las siguientes formas:

- ▶ Las alternativas de respuesta ¿han de ofrecer las dos posibilidades de una pregunta, o han de ofrecer una alternativa media?
- ▶ ¿Es mejor preguntar si la persona tiene una opinión formada antes de preguntarle su posición respecto a un determinado tema?
- ▶ En aras de obtener respuestas suficientemente válidas ¿se debe ofrecer la posibilidad de que la persona conteste «no lo sé», aumentará esta validez?

Obviamente se podrían presentar muchas más posibilidades de presentación de alternativas de respuesta, y muchas más combinaciones, aunque las anteriores reflejan suficientemente, desde nuestro punto de vista, la problemática de atribución de significado.

En la práctica de la metodología de encuesta se pueden encontrar opciones para todos los gustos. Algunos investigadores optan por no ofrecer ninguna alternativa media,

e incluso no mencionar la posibilidad de respuesta «no lo sé», para evitar lo que se podrían denominar «respuestas refugio» en los encuestados. De esta forma se asume que si realmente no se tiene opinión respecto al tema planteado, el/la encuestado/a siempre tiene la posibilidad de manifestarlo. Igualmente se puede omitir la alternativa media para poder «captar» a los indecisos hacia una u otra de las respuestas posibles. Finalmente, algunos investigadores ofrecen la alternativa media asumiendo que los encuestados que optan por ella reflejan verdaderamente su estado de opinión, reduciendo de esta forma una parte del error aleatorio en las distribuciones de las respuestas (Presser & Schuman, 1980, Schuman & Presser, 1981).

Las investigaciones dirigidas a comparar las respuestas obtenidas a través de preguntas que ofrecen una alternativa media, con preguntas que no ofrecen esta alternativa, han encontrado diferencias significativas. Presser & Schuman (1980) obtienen un incremento significativo en la elección de la alternativa media cuando ésta se ofrece explícitamente, aunque la oferta de esta alternativa provoca variaciones proporcionales en el resto de alternativas; con lo que las conclusiones a las que se pueden llegar en relación a las alternativas extremas no varían. Las diferentes formas de presentar las alternativas no presenta relación con indicadores de sofisticación cognitiva, aunque la alternativa media parece atraer en mayor medida a los encuestados con poca intensidad en sus actitudes en relación al tema de la pregunta.

Bishop (1987) obtiene resultados similares, pero en sus conclusiones afirma que la oferta de la alternativa media presenta una variación en los porcentajes del resto de categorías, con lo que las conclusiones a las que se llegan en ambas formas son diferentes. Este autor obtiene igualmente resultados de recencia en la elección de la alternativa media pero no de forma constante.

Las conclusiones prácticas que se ofrecen siguen siendo las mismas que ya planteara Payne (1951): si el objetivo es conocer las inclinaciones de la muestra, es conveniente no ofrecer la alternativa media. Si el objetivo es conocer convicciones definitivas, es mejor sugerir la alternativa media.

En relación a la presentación de la alternativa «no lo sé» los resultados son similares, aunque en este caso aumenta la incertidumbre por no saber que significa exactamente un «no lo sé» como respuesta. Bogart (1964) afirma que esta respuesta, en encuesta, a menudo significa «no quiero saber», que es otra forma de decir «no quiero estar implicado/a». Otra forma de intentar solucionar este problema, es hacer especial hincapié en las características de las personas que responden «no lo sé» y tratarlo simplemente como una no opinión. En la línea ya comentada en anteriores secciones, las primeras investigaciones siguiendo esta tendencia (Francis & Busch, 1975) afirmaban que las mujeres, no blancas, con niveles

educativos bajos, con pocos ingresos y con poca implicación en relación a la eficacia política, son quienes escogen en mayor medida la respuesta «no lo sé». Otras investigaciones relacionan esta opción de respuesta con la ambigüedad de las preguntas (Coombs & Coombs, 1976).

Schuman y Presser (1979b, 1980, 1981) realizan diversas comparaciones en preguntas en las que varía el ofrecimiento de la alternativa «no lo sé». Los resultados les permiten concluir que el hecho de ofrecer la alternativa «no lo sé» incrementa esta respuesta, y que la elección de esta alternativa varía en función de cómo se presenta, o en que medida se incentiva. El incremento de esta opción no tiene relación con el tema de la pregunta, así como tampoco se establece una clara relación de la opción con el nivel educativo, aunque éste sí presenta una relación con la estandarización del tema, es decir, las personas con un menor nivel educativo tienden a escoger en mayor medida la opción «no lo sé» cuando los temas son familiares, por contra, las personas con un nivel educativo mayor tienden a escoger esta opción cuando los temas son menos familiares.

Otras investigaciones (Leigh & Martin, 1987; Poe et al., 1988; Sánchez & Morchio, 1992) recogen datos sobre las diferencias que comporta el hecho de ofrecer o no la alternativa «no lo sé», encontrando resultados similares a los anteriores. Poe et al. (1988) concluyen que en cuestionarios autoadministrados por correo, es preferible no ofrecer dicha alternativa por la disminución de no respuestas (*missings*) que supone, por que no hay diferencias apreciables con respecto a cuándo se ofrece, porque la ausencia de la alternativa no afecta a la cantidad de cuestionarios contestados, y finalmente por que el cuestionario se simplifica en instrucciones y en longitud.

La explicación y la clarificación de qué supone un «no lo sé» por respuesta ha centrado el objetivo de otra serie de investigaciones. Duncan y Stenbeck (1988) afirman que la no opinión no es equivalente a «no estoy seguro»; esta afirmación se relaciona en cierta forma con la reivindicación de Schuman y Presser (1980) de no utilizar, en relación al efecto de la opción «no lo sé», las etiquetas de pseudoactitudes o quasiactitudes, puesto que además de no esclarecer el porque se escoge o no dicha alternativa ni las consecuencias de la elección en el caso de que se efectuó, supone una dificultad conceptual añadida.

La inseguridad en la atribución de significado a la opción «no lo sé» por parte de los investigadores, y la inseguridad de la validez de las respuestas, en el caso de que dicha opción no se ofrezca explícitamente como alternativa de respuesta, ha conllevado investigar hasta qué punto, las respuestas en encuesta son debidas realmente a la formulación de las preguntas, o hasta qué punto existen otros elementos que pueden inducir a que una persona responda de forma no directamente relacionada con las preguntas. Dichas investigaciones planteaban a las personas encuestadas preguntas acerca de acontecimientos ficticios, o

acerca de acontecimientos poco conocidos (Payne, 1950). Schuman y Presser (1980, 1981) realizaron dos investigaciones sobre dos temas poco conocidos, de los cuales se aseguraron que tuvieran poca repercusión informativa; los temas fueron la ley de comercio de agricultura de 1978 en EEUU, y el proyecto de ley sobre el control monetario de 1979 también en EEUU. Ambos temas fueron tratados a través de encuestas telefónicas y en ambos se presentaba la misma pregunta bajo dos formas diferentes: la forma estándar planteaba el enunciado y preguntaba al/a la encuestado/a si estaba a favor o en contra; la segunda forma conllevaba un filtro, planteaba el enunciado y preguntaba al/a la encuestado/a si estaba a favor, en contra o si bien no tenía opinión sobre el tema; las alternativas de respuesta eran en esta ocasión «a favor», «en contra» y «no lo sé». Los resultados para el tema de la ley de comercio de agricultura, fueron los siguientes:

Pregunta estándar		Pregunta filtrada	
A favor	19.4%	A favor	6.4%
En contra	11.4%	En contra	3.7%
No lo sé (voluntario)	69.2%	No lo sé	90%

Como puede observarse, cuando no se ofrece la alternativa «no lo sé» se obtiene un 30.8% de respuestas hacia un acontecimiento que se desconoce. Este porcentaje disminuye significativamente a un 10.1% cuando se ofrece la posibilidad de manifestar una no opinión. Los porcentajes obtenidos con el tema del proyecto de ley sobre control monetario fueron un 26.4% de respuestas en la pregunta estándar y un 6.7% para la pregunta con filtro. Con estos resultados, Schuman y Presser destacan que si bien el porcentaje de personas que admiten no saber algo acerca de lo que se les pregunta es mayoritario, el porcentaje restante es lo suficientemente importante como para tenerlo en cuenta. En relación a la validez, o no, de las respuestas en la pregunta estándar, Schuman y Presser argumentan que si bien no son respuestas en relación directa con el tema de la pregunta, sí pueden manifestar disposiciones subyacentes en relación a un tema relevante, como por ejemplo con el control monetario en relación a un supuesto control de la inflación. Las sugerencias finales de los autores son que en el caso de que los investigadores estén interesados en obtener «opinión informativa» se ofrezca la opción «no lo se». En el caso de que los investigadores estén

interesados en medir disposiciones subyacentes no se ofrezca dicha alternativa de respuesta, aunque admiten que no hay una solución general acerca de qué forma es la mejor.

Schuman y Presser trabajaron sobre acontecimientos reales pero poco conocidos. Otras investigaciones se han realizado con acontecimientos realmente ficticios, sobre temas en relación a política gubernamental (Bishop, Oldendick & Tuchfarber, 1978, 1983; Bishop, Oldendick & Tuchfarber, 1984; Bishop, Tuchfarber & Oldendick, 1986; Bishop et al., 1980, 1982). La mayor parte de estas investigaciones han realizado las mismas distinciones que Schuman y Presser, pero añadiendo una mayor variedad de preguntas con filtro, como por ejemplo:

- «¿Está usted suficientemente interesado/a en esto como para manifestarse a favor de una opción sobre otra?»
- «¿Ha pensado usted en relación a este tema?»
- «¿Dónde se situaría usted en relación a este tema, o no ha pensado demasiado acerca de ello?» (Bishop et al., 1980)

En las preguntas estándar los resultados en porcentajes se sitúan globalmente alrededor del 30% de respuestas manifestándose a favor o en contra en relación al tema de la pregunta. En las preguntas filtradas los porcentajes disminuyen globalmente alrededor del 7%. Los resultados, por tanto, son similares a los obtenidos por Schuman y Presser.

Las explicaciones de estos resultados siguen fundamentalmente la línea de sociologizar y atribuir por lo tanto, a características o determinantes sociales las respuestas dadas por los encuestados. Del análisis de la relación entre variables se ha observado que hay tendencias en función de determinadas características sociales; así, los resultados indican que las personas negras y las personas de menor nivel educativo presentan una mayor tendencia a proporcionar respuestas a preguntas sobre temas ficticios. Schuman y Presser indican que las personas de mayor nivel educativo tienen menos dificultades en admitir su ignorancia sobre temas que desconocen. Bishop y sus colaboradores indican que los entrevistados negros y de menor nivel educativo responden a las preguntas para «salvar la cara» frente a entrevistadores universitarios blancos de clase media.

Las conclusiones de Bishop y sus colaboradores acerca de estas investigaciones les llevan a cuestionarse el significado de las respuestas. Para una parte significativa de la población se está midiendo, en muchas ocasiones, disposiciones personales sobre la actuación del gobierno más que sus creencias específicas sobre políticas alternativas

contenidas en las preguntas. En este sentido se preguntan ¿qué respuestas son más «reales»? Si unas respuestas dan información de disposiciones personales, ¿no serán estas respuestas más genuinas o substanciales que las respuestas dadas en relación al enunciado concreto de las preguntas?. La pregunta final que proponen es: ¿qué estamos tratando de medir?.

Bishop ha centrado también su interés en la presión que el/la entrevistador/a y la propia situación de entrevista ejercen sobre el/la encuestado/a a que éste dé una respuesta. Según el autor, el problema se podría solucionar ofreciendo explícitamente al/a entrevistado/a la posibilidad de decir que no tiene una opinión formada respecto a lo que se le pregunta, pero esta práctica supondría la pérdida de aproximadamente el 25% de casos para los análisis, y para muchos «sondeadores», añade, este porcentaje es un precio demasiado alto en relación a la pérdida de representatividad. Esta objeción puede resultar plausible, pero sólo si se tiene un determinado concepto de representatividad. Si hay un porcentaje de la población que manifiesta no tener opinión respecto a un tema, es porque no quiere o no puede tenerla, y este resultado es mucho más incordiante para legitimar determinadas acciones o saberes, que no que se esté a favor o en contra de lo que sea.

Finalmente, Bishop y sus colaboradores concluyen que la solución no pasa tanto por el refinamiento de una teoría de la construcción de instrumentos como por un modelo de procesamiento de la información en los instrumentos de encuesta y por una teoría sobre el proceso pregunta - respuesta.

### **2.1.1.7 OTRAS FUENTES DE INFLUENCIA PROPIAS DEL CUESTIONARIO**

El estudio de los efectos en las respuestas a preguntas de un cuestionario ha tenido en general en su punto de mira la formulación de las preguntas y la formulación de las alternativas de respuesta. Esta aproximación al estudio de los efectos parte del supuesto de que las respuestas están directa y fundamentalmente relacionadas con la formulación de las preguntas. Este supuesto queda perfectamente recogido en una de las investigaciones, cuyo título es suficientemente explícito en relación a esta idea: «La formulación de las preguntas como variable independiente en el análisis de encuesta» (Schuman & Presser, 1978). Esta supuesta relación directa y casi exclusiva entre preguntas y respuestas obliga en investigación a controlar cualquier posible modificación en la formulación de las preguntas

y de las alternativas a fin de prever cuál será su impacto en las respuestas.

Existen multitud de variables que pueden incidir en las respuestas en un cuestionario y en relación a la formulación de las preguntas. Una de las más importantes es la claridad y precisión de los términos utilizados en las preguntas y alternativas. Payne (1951) ya escribió en su obra fundamental que las preguntas han de ser claras, y Litwark (1956) en su clasificación de preguntas sesgadas incluyó la vaguedad de las preguntas; aunque esta premisa de claridad no siempre ha sido seguida. Fowler (1992) ha realizado una revisión de algunas investigaciones, en las que detectó ciertas imprecisiones en la formulación de las preguntas. Cuando la formulación fue corregida, Fowler calculó estimaciones significativamente diferentes de los resultados originales.

El problema de la claridad y/o precisión no se centra solamente en las preguntas, sino que de una forma u otra, impregna tanto a la formulación de las preguntas, a las respuestas, y lógicamente a la interpretación de las mismas. Krosnick (1989) realiza un análisis de cómo se interpretaron y escribieron en un periódico (el *New York Times*) los resultados de una encuesta acerca de actitudes hacia el sistema de justicia civil norteamericano. Las interpretaciones del periódico incluían frases como «el 60% de encuestados aprueba...», «el 78% apoya...», y conclusiones tales como «existe un amplio apoyo público al cambio del sistema de justicia civil», «los resultados reflejan una demanda pública de reforma». Teniendo en cuenta que el cuestionario preguntaba cuán aceptables se consideraban determinados cambios, Krosnick indica que «aceptable» es una palabra relativamente blanda en comparación con «aprueba» o «apoya».

Bradburn y Miles (1979) realizan una reflexión acerca de la incidencia de las alternativas de respuesta propuestas en relación a las preguntas de ¿cuánto? ¿cuán a menudo?, etc., llegando a la conclusión de que en la mayoría de las ocasiones se utilizan unos «cuantificadores» vagos (muy a menudo, frecuentemente...) o poco definidos, y que esta vaguedad tiene relación con la imprecisión en las respuestas. Esta imprecisión tiene especial interés en las preguntas de frecuencia de conducta, puesto que la validez de las respuestas radica en su veracidad, y esta veracidad de una forma u otra siempre es puesta en duda. Presser (1984) destaca la desproporción existente entre el interés manifestado en las respuestas a un cuestionario sobre opinión política, y la participación política manifestada en respuestas a preguntas de comportamiento electoral. Presser sugiere que esta desproporción puede ser debida a una manifestación exagerada de interés político, pensando en términos de sesgo de deseabilidad social, o bien debida a que se ha sobreestimado la relación entre intereses y participación, pensando en la relación entre actitud y comportamiento. En todo caso, se pone de manifiesto la necesidad de esclarecer el mecanismo y la incidencia en las respuestas de la formulación de las preguntas de

frecuencia de comportamiento.

El modelo clásico de sesgo en las respuestas de frecuencia de comportamiento (Sudman & Bradburn, 1974), indica que estos sesgos pueden ser debidos a dos tipos de error de memoria: la omisión y el error telescópico. Blair y Burton (Blair & Burton, 1987; Burton & Blair, 1991), indican que además de recordar y enumerar acontecimientos o episodios relevantes para realizar una estimación de frecuencia de conducta, puede haber otros elementos que incidan en estas respuestas; elementos tales como la formulación de las preguntas, el nivel motivacional a realizar un esfuerzo cognitivo, la accesibilidad de los episodios o acontecimientos y la disponibilidad de procesos no episódicos. En definitiva, Burton y Blair plantean la posibilidad de que no siempre para realizar una estimación de frecuencia de comportamiento hemos de recordar episodios determinados, y ponen como ejemplo que para la pregunta «¿cuántas veces ha llenado el depósito de gasolina durante el último mes?» no es necesario recordar ningún episodio específico en el que hayamos llenado el depósito del coche, sino que se puede realizar una estimación de cuantas veces se ha llenado durante una semana, multiplicar por cuatro y dar la respuesta. Lo que no se plantean Burton y Blair es que la mayoría de las personas no dedican a las encuestas una atención tan sofisticada como la de realizar estimaciones, y no por incapacidad cognitiva, sino por simple y llano interés de las preguntas.

Otra línea de investigación en relación a la influencia de las alternativas de respuesta en las preguntas de frecuencia de comportamiento es la desarrollada por Schwarz y sus colaboradores (Bless, 1992; Schwarz et al., 1985, 1988; Schwarz & Bienias, 1988; Schwarz & Scheuring, 1988). En líneas generales, Schwarz y colaboradores proponen el uso de preguntas abiertas en relación a las preguntas de frecuencia de comportamiento, no tanto porque las alternativas puedan sesgar las respuestas, como porque estas alternativas se convierten en elementos informativos para el encuestado. Usualmente, las alternativas de respuesta de preguntas de frecuencia se establecen en intervalos de tiempo, entre los cuales el/la encuestado/a ha de escoger el que más se adecua a su estimación de frecuencia de conducta. Schwarz y colaboradores proponen que estos intervalos de tiempo, además de ser una muestra de lapsos temporales, informan de cuáles pueden ser las frecuencias usuales en el «mundo real», en consecuencia el/la encuestado/a utiliza estos intervalos como referencia, a modo de intervalos estándar con los cuales poder comparar las estimaciones de su frecuencia de conducta. De este modo, si variamos los intervalos, varía el estándar de comparación y varía la selección de respuesta. Este efecto es, según el autor, más importante cuando el/la encuestado/a tiene que estimar frecuencias de comportamiento de los otros en lugar de las suyas propias.

¿Se pueden detectar otras fuentes de influencia en el cuestionario? La investigación

de los efectos de respuesta ha abarcado todas o casi todas las posibilidades de variables independientes; desde cuál es la mejor forma de preguntar la edad del/de la encuestado/a (Peterson, 1984), qué elementos se han de tener en cuenta para que los encuestados puedan reflejar adecuadamente su etnia (Martin, DeMaio & Campanelli, 1990; Smith, 1992); cuál es el impacto en las respuestas de diversas formas de introducción en los cuestionarios (Carper & Doob, 1953; Sobal, 1984); cómo incide el diseño del cuestionario en las respuestas (Babbie, 1979; Sánchez, 1992); o qué ventajas se producen repitiendo dos veces una pregunta (Loftus et al., 1990), hasta qué letras del abecedario son las que inducen un menor sesgo en el caso de que se utilicen como identificadores de alternativas de respuesta (Coney, 1977).

La mayor parte de estas investigaciones tienden a generar una cantidad de datos que pretendidamente son acumulativos, con la esperanza de poder detectar una cierta estabilidad en los efectos estudiados y poder ofrecer un recetario de buena práctica en el diseño de los cuestionarios. Sin embargo el problema no radica en ofrecer una buena guía práctica (muy necesaria, por otra parte), sino en el supuesto de que los efectos son estables y constantes y por tanto susceptibles de ser predichos en ausencia de una mínima guía teórica. Igualmente, se han de diferenciar las investigaciones destinadas a engrosar la casi interminable lista de variables independientes generadoras de efectos de respuesta, de las investigaciones centradas en aspectos regulares en el uso del cuestionario y relacionadas con las estructuras y procesos cognitivos que pueden intervenir en el ámbito del cuestionario.

Después de haber realizado un pequeño repaso a los elementos que pueden ejercer una cierta influencia en las respuestas de las personas a las preguntas de los cuestionarios, queda latente una pregunta: ¿hasta qué punto las respuestas son artificiales?. Schuman (1982) intenta dar respuesta a esta pregunta a partir de la propia dinámica de investigación que ha generado los resultados anteriores. En este sentido, destaca que el problema más importante no es el sesgo producido por la formulación de las preguntas, por sus palabras, puesto que todas las respuestas dependen en buena medida de cómo hayan sido formuladas las preguntas. El lenguaje según Schuman no es una herramienta lógica y precisa como lo puedan ser las matemáticas, y para reforzar esta idea cita la reflexión de Fleming (1967) según la cual «estamos inmersos en un mar de palabras, nuestro medio distintivo, en el que el lenguaje nos configura mucho más que nosotros a él» (pp. 22-23). Schuman sostiene la idea de que la artificialidad no reside en el cuestionario, sino en el/la observador/a, y que los problemas o sesgos que se detectan en las encuestas nos brindan la oportunidad de poder entenderlos como hechos significativos de la vida. Evidentemente, no hay ningún método libre de problemas, pero esto no tiene que invalidar la autocrítica necesaria si

---

queremos encontrar significado más que artificialidad en los datos. Según Schuman, la metodología de encuesta es una forma artificial de aproximar el escenario humano a los focos, en este sentido, artificial solamente indica que es un medio creado por las personas.

La respuesta de Schuman es elogiosa en la medida en que es capaz de sutraerse del torbellino que supone el adentrarse en los datos, aunque simultáneamente propone la imposibilidad de aprehender de forma directa y natural la realidad humana. La necesidad de una luz, y la concepción artificiosa de los medios de las personas, suponen (contradictoriamente) la existencia de una realidad de la que formamos parte, pero de la cual no participamos. La cita de Fleming, útil para Schuman para relativizar la acción causal del lenguaje, es al mismo tiempo una excelente puerta de entrada para entender la naturaleza de la metodología de encuesta, aunque lamentablemente Schuman solamente la utilice como signo de relativización.

## 2.1.2 EFECTOS DEL/ DE LA ENTREVISTADOR/A

### 2.1.2.1 INTRODUCCIÓN

El objetivo de obtener respuestas fiables ha sido casi una constante en la investigación sobre el método de encuesta. Dentro de este mundo de encuesta hay dos puntos centrales, alrededor de los cuales revolotea la responsabilidad de esta fiabilidad, o a los que se apunta cuando se piensa a qué o a quién atribuir el sesgo en las respuestas. Uno de estos puntos es el cuestionario, instrumento configurado por las preguntas que se formulan y responsable directo de las respuestas, por considerarlo el estímulo que las desencadena. El segundo punto es el/la entrevistador/a, agente que vehicula las preguntas y responsable igualmente de las respuestas, por considerarlo un filtro potencial en la recogida de las mismas y, al mismo tiempo, por no ser un elemento neutro en sí mismo en la formulación de las preguntas.

Es este segundo punto, el/la entrevistador/a, el que va a ocupar el contenido de este apartado; y nos vamos a referir al/a la entrevistador/a en relación al cuestionario administrado verbalmente, ya sea telefónicamente, ya sea administrado cara a cara, y no al/a la entrevistador/a que actúa a través de una entrevista abierta o a través de una entrevista semi-estructurada. El motivo de esta distinción es el considerar que el cuestionario administrado verbalmente por un/a entrevistador/a, condiciona una dinámica de relación particular entre entrevistador/a-entrevistado/a, muy diferente a la dinámica que se establece a través de una entrevista abierta o semi-estructurada, y por lo tanto, los elementos a considerar como factores de sesgo en uno y otro caso son notablemente diferentes.

La naturaleza de la relación entre entrevistador/a y entrevistado/a, en el caso del cuestionario, está condicionada por la estructura de las preguntas, por las alternativas de respuesta y por el registro de las mismas, entendiendo que estos elementos están tamizados por el entrevistador/a. A este último punto es al que nos vamos a referir en el presente apartado.

En muchas ocasiones las referencias a la entrevista incluyen el cuestionario administrado verbalmente y la entrevista cerrada, como queriendo establecer alguna distinción entre ambas técnicas, sin entrar a detallar claramente los puntos de diferencia. De hecho, la distinción se establece la mayor parte de las veces únicamente a través de los conceptos «entrevista» y «encuesta», o por el contrario se combinan dando lugar a conceptos como «entrevista de encuesta» (Valles, 1992) intentando de esta forma

diferenciar, presumiblemente, el cuestionario administrado verbalmente de las entrevistas denominadas «en profundidad», es decir, abiertas y semi-estructuradas.

La falta de criterios claros a través de los que poder nombrar las técnicas, conduce a una utilización no definida de «entrevista», «encuesta» y «cuestionario». En este sentido, se pueden encontrar capítulos bajo el título de «encuesta psicosocial» en los que cuando se trata del apartado de recogida de información, se habla de «entrevista personal» cuando la encuesta se realiza cara a cara, de «entrevista telefónica» cuando se realiza por teléfono, y de «encuesta por correo» cuando «el encuestado rellena él mismo el cuestionario que se le envía» (Cea & Valles, 1992, pp. 290). Se supone que esta utilización terminológica obedece al criterio de utilizar el término entrevista cuando el cuestionario es administrado por un/a entrevistador/a, y encuesta o cuestionario cuando el/la entrevistador/a no interactúa directamente con la persona que responde al cuestionario o encuesta.

Para evitar esta confusión terminológica, proponemos el uso del término encuesta cuando nos referimos al método de investigación utilizado; el uso del término entrevista cuando nos referimos a las técnicas de investigación en las que las preguntas no están formuladas previamente, ni existen alternativas de respuesta propuestas; y el uso del término cuestionario cuando nos referimos a la técnica de investigación estandarizada en cuanto a las preguntas que se formulan. Otro elemento que se puede considerar en relación al cuestionario es el modo de administración, del que nos ocuparemos en el próximo apartado, pero no tiene por que intervenir en la denominación ni del método de investigación, ni de la técnica utilizada.

Dentro de este marco, el/la entrevistador/a aparece en casi todas las modalidades del método de encuesta como un elemento clave. Puesto que es él/ella quien formula las preguntas, en cierta medida, es el/la desencadenante del proceso de producción de información lingüística y al mismo tiempo el/la entrevistador/a es, quien en muchas ocasiones recoge y registra las respuestas (Bradburn, 1983; Fowler, 1984; Fowler & Mangione, 1990). De él/ella dependen por lo tanto las primeras impresiones que el/la entrevistado/a se forma de la situación de entrevista, de él/ella dependen también la formulación de las preguntas en la forma y momento que hayan sido diseñadas, y, finalmente, él/ella es quien registra las respuestas (este último aspecto dependerá de la forma que adopte la técnica de encuesta utilizada).

Es indudable que pueden existir muchas formas de realizar una entrevista, y es precisamente esta diversidad de formas lo que más ha preocupado a los usuarios de la entrevista y a los investigadores del método de encuesta.

La perspectiva que ha generado más investigación en el método de encuesta ha sido la de intentar estandarizar la entrevista. En líneas generales, esta estandarización pasa por

mantener la misma forma y contenido de las preguntas para todos los entrevistados, estableciendo la hipótesis de que las variaciones en las respuestas serán debidas a las diferentes formas de pensar, diferentes comportamientos, diferentes experiencias, etc. de los entrevistados, y no porque se haya cambiado la forma o el contenido de las preguntas de la entrevista (Hyman, 1954).

Este esfuerzo de estandarización incluye indudablemente al/a la entrevistador/a como pieza clave de la entrevista, y con ello se introduce la necesidad de controlar todas las posibles fuentes de variación producidas por éste (así como también en relación a la forma de las preguntas, diseño de la entrevista, etc.). Esta óptica de estandarización en la metodología de encuesta conlleva forzosamente una orientación de investigación metodológica hacia el sesgo, en la medida que se establece como prioritario el control de cualquier elemento que pueda inducir variabilidad extraña en los resultados (Schuman & Preser, 1978, 1981).

Así pues, es lógico pensar desde esta perspectiva, que si la entrevista se inicia con la intervención del/de la entrevistador/a, esta intervención puede ser una fuente potencial de variación en la producción de las respuestas. Recordemos que se trata de obtener «información lingüística objetiva», esto es, tratar de obtener lo que piensan, hacen, etc. las personas. Este pensamiento o comportamiento necesitamos que se traduzca a nivel lingüístico, y para que se produzca esta traducción se intenta presentar determinados estímulos, de forma que en este proceso no haya nada (o lo mínimo) que «contamine» o deforme el contenido.

Esta justificación del interés hacia el/la entrevistador/a como fuente potencial de sesgo es una justificación elaborada a través del propio método, lo que no impide que se puedan realizar otras justificaciones elaboradas fuera del método. En el capítulo sobre efectos de respuesta del *Handbook of Survey Research*, Bradburn (1983) comienza el apartado de las variables del/de la entrevistador/a de la siguiente forma: «Porque muchos de los procedimientos de recolección de datos han operado a través de agencias de entrevistadores, el/la entrevistador/a ha sido visto como una fuente potencial de error» (pp. 310), lo que introduce una idea interesante en relación al estudio del/de la entrevistador/a como posible fuente de error, como es la incontrolabilidad de los investigadores en la formación y el trabajo de los entrevistadores. Esto puede explicar porqué la mayoría de los trabajos dirigidos a demostrar la existencia del efecto del/de la entrevistador/a y a estudiar los impactos de este efecto, se realizasen aproximadamente entre los años 50 y finales de los 60, años en los que los estudios de opinión y de actitudes se generalizaron (especialmente en Estados Unidos) a partir de la Segunda Guerra Mundial.

### 2.1.2.2 PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LOS EFECTOS DEL/DE LA ENTREVISTADOR/A

Para «estandarizar al/a la entrevistador/a», se ha necesitado determinar los aspectos que más pueden intervenir en el posible sesgo de las respuestas de los entrevistados, estos aspectos son, sus **funciones** en el proceso de entrevista, y sus **características** sociodemográficas. Las funciones o roles generales que se asignan al/a la entrevistador/a son:

- ▶ Localizar y conseguir la cooperación de los entrevistados que forman parte de la muestra.
- ▶ Motivar a los entrevistados y proporcionar estímulos consistentes.
- ▶ Formular las preguntas de forma estandarizada, asegurarse que las respuestas tienen relación con los objetivos de las preguntas y recoger las respuestas fielmente (Fowler, 1984)

En cuanto a las características del/de la entrevistador/a, se han centrado fundamentalmente en la sociodemográficas. Tanto estas últimas, como las funciones del/de la entrevistador/a son vistas (desde la perspectiva de la estandarización) como fuentes potenciales de sesgo. La mayor parte de las investigaciones (p. ej.: Feldman et al. 1951; Hyman, 1954; Benney et al., 1956; Ehrlich & Riesman, 1961; Dohrenwend, 1969; Schuman & Converse, 1971; Hatchett & Schuman, 1975; Campbell, 1981; Groves & Magilavy, 1986; Berk & Bernstein, 1988; Reinecke & Schmidt, 1993) se han centrado en las características del/de la entrevistador/a tales como edad, sexo, etnia, educación, clase social, etc. ¿Por qué ha prevalecido la preocupación de la influencia de las características sociodemográficas del/de la entrevistador/a sobre, por ejemplo, la influencia de las características de personalidad? Muy posiblemente haya sido debido a que en determinado momento, los investigadores se dieron cuenta de que las características sociodemográficas de los entrevistadores habían permanecido, en cierta forma, constantes. Fowler (1984) realiza una reflexión acerca de qué características sociodemográficas se adecuaron a los requerimientos del trabajo de un/a entrevistador/a. Las demandas requeridas para ser entrevistador/a se centran en:

- ▶ **Educación:** Buena habilidad de lectura y de escritura. Las organizaciones buscaban personas con formación de escuela superior.
- ▶ **Economía:** El trabajo de entrevistador/a no ocupa 40 horas semanales durante un espacio de tiempo largo. Los candidatos a entrevistador/a deben de ser personas que puedan tolerar ingresos intermitentes, o que tengan otras fuentes de ingresos más estables.
- ▶ **Dedicación:** El/La entrevistador/a debe de tener una cierta disponibilidad de flexibilidad horaria, puesto que ha de adaptarse a los horarios de los entrevistados.

Como resultado de estas condiciones, la mayoría de los entrevistadores, eran mujeres, con formación de escuela superior -en consecuencia en su mayoría mujeres blancas- y con pocas responsabilidades familiares, lo que produjo una cierta preocupación en relación al efecto constante de estas características del/de la entrevistador/a, en las respuestas de los entrevistados.

Las hipótesis de las investigaciones apuntan a que diferentes características del/de la entrevistador/a, pueden dar lugar a diferencias en las respuestas de una muestra entrevistada. En definitiva, se espera que un porcentaje determinado de la variabilidad de las respuestas, sea provocado por las diferentes características de un conjunto de entrevistadores. Es evidente que no se pretenden respuestas homogéneas, se presupone una variabilidad dentro del catálogo de respuestas, variabilidad que puede ser debida a variables sociológicas, características personales, o elementos psicosociales. De lo que se trata es de investigar qué porcentaje de la variabilidad observada, es debida a las diferentes características del/de la entrevistador/a. Si se demuestra un porcentaje importante de variabilidad debida al/a la entrevistador/a, estaremos ante lo que se denomina sesgo o error del/de la entrevistador/a (Hanson & Marks, 1950; Stock & Hochstim, 1951; Kish, 1962; Sudman & Bradburn, 1974; Groves & Magilavy, 1980); sesgo o error que desde esta perspectiva, sesga la información obtenida.

Otro conjunto menor de investigaciones dirigen sus objetivos a las funciones del/de la entrevistador/a, así como a sus expectativas de respuesta, ideología, etc. (p. ej.: Smith

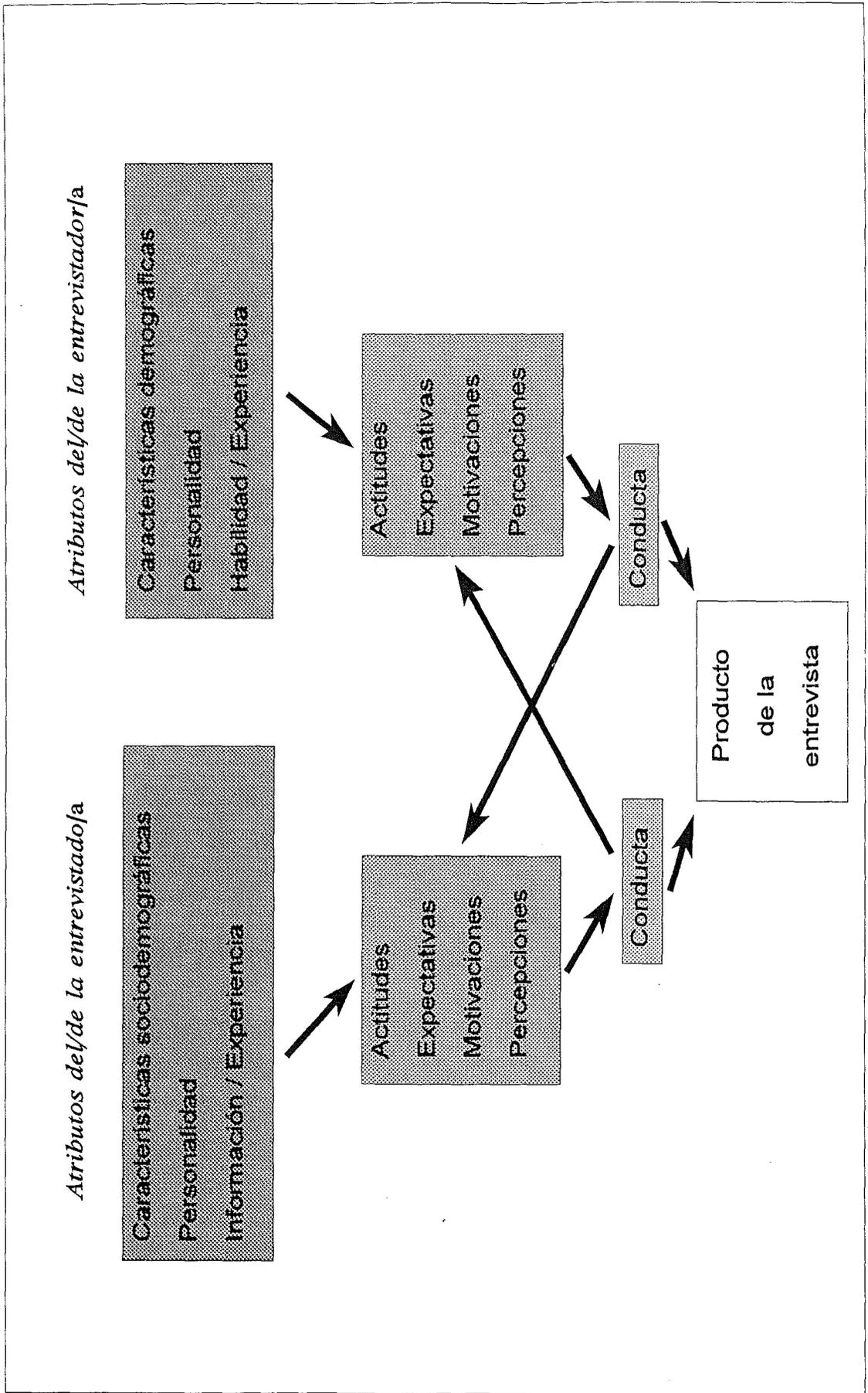
& Hyman, 1951; Kish, 1962; Williams, 1968; Shapiro, 1970; Sudman et al., 1978; Singer, Frankel & Glassman, 1983). Este conjunto de investigaciones focaliza sus intereses más hacia la dinámica del/de la entrevistador/a en relación a su actuación.

Así como el control de las características del/de la entrevistador/a analiza a éste como sujeto más o menos pasivo, que puede inducir un sesgo en las respuestas prácticamente sin hacer nada, es decir, con sólo su equipaje de características sociales, el control del rol del/de la entrevistador/a, lo considera desde la perspectiva de actor, en definitiva, lo analiza como agente social, y como tal, su comportamiento puede inducir determinados sesgos en las respuestas de los entrevistados. Como puede observarse, se considera al entrevistador/a como una fuente de error en si mismo.

En líneas generales, la mayor parte de las investigaciones sobre la influencia del/de la entrevistador/a en las respuestas de los entrevistados, siguen con más o menos detalle el siguiente clásico «modelo motivacional de la entrevista» de Cannell y Kan (1964), según el cual, tanto el/la entrevistador/a como el/la entrevistado/a participan en la entrevista con determinadas actitudes, características de personalidad y estereotipos, además de sus características generalmente visibles como sexo, edad, etc. Todos estos elementos interactúan en la entrevista en dos sentidos:

- 1.- Estos elementos pueden establecerse como fuente de actitudes, expectativas, percepciones...; si el/la entrevistador/a y el/la entrevistado/a muestran diferentes características, se puede ver dificultada la comprensión y limitada la interacción entre ambos.
- 2.- Estos elementos pueden afectar la interacción entre entrevistador/a y entrevistado/a a través de las indicaciones que dichas características proporcionan de uno respecto al otro. Los autores utilizan el ejemplo de si el/la entrevistado/a percibe al/a la entrevistador/a como miembro de una etnia diferente, esta percepción puede producir unos efectos importantes en la actitud hacia el/la entrevistador/a, en la conducta con respecto a él/ella y en los resultados mismos de la entrevista.

En la página siguiente se muestra el esquema del modelo motivacional de la entrevista como proceso social de Cannelly Kahn (1964, pp. 538).



Desde la perspectiva de la estandarización, es fácil imaginar que las características sociodemográficas del/de la entrevistador/a pueden sesgar los resultados de la entrevista, aunque hay autores que afirman que es perfectamente plausible pensar que estas características son irrelevantes y que no afectan a las respuestas obtenidas (Fowler & Manglione, 1990).

Este sesgo potencial puede ser debido a diferentes motivos. En primer lugar, las características del/de la entrevistador/a pueden provocar diferentes reacciones en los diferentes entrevistados. En segundo lugar, determinadas características conllevan determinadas reacciones de forma más o menos sistemática; y en tercer lugar no se cuenta con un/a solo/a entrevistador/a, sino que es un equipo de entrevistadores el que normalmente realiza las entrevistas asignadas, con lo que las características de los entrevistadores pueden ser variables.

Resumiendo, la posibilidad de que las características del/de la entrevistador/a afecten a las respuestas, se fundamenta en:

- I Algunos entrevistadores son más capaces que otros para desarrollar el proceso pregunta-respuesta.
- II Algunas características del/de la entrevistador/a pueden alterar el contexto o el significado de las preguntas.
- III Las características del/de la entrevistador/a pueden afectar la calidad de la relación entre el/la entrevistador/a y el/la entrevistado/a.

Estos tres motivos globalizan las hipótesis de los trabajos de investigación metodológica orientados hacia el sesgo del/de la entrevistador/a.

### 2.1.2.3 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

El análisis de las características del/de la entrevistador/a ha presentado a lo largo del tiempo diferentes resultados. Quizás las características que se han estudiado más persistentemente hayan sido las sociales (las que permiten directamente una categorización

social) como edad, sexo, etnia, etc., de los entrevistadores.

El enfoque dado a estos estudios ha sido el de analizar tanto el porcentaje de no respuestas y de participación de los entrevistados, como la calidad de las respuestas (se supone que por calidad se entiende sinceridad y veracidad de las respuestas). El índice de participación y la calidad de la misma se espera que se vea afectado por las características del/de la entrevistador/a. Desde un inicio estos trabajos intentaron mostrar -y mostraron- según los datos, la existencia de este tipo de sesgo del/de la entrevistador/a. Ya los primeros trabajos importantes (Katz, 1942; Hyman, 1954) aportan datos empíricos en relación a este tipo de sesgo, y demostraron, según Cannell y Kahn (1964), «la frágil naturaleza de la entrevista y su susceptibilidad a influencias involuntarias» (pp. 549).

#### 2.1.2.3.1 EL TRIÁNGULO SOCIOLÓGICO: SEXO-EDAD-ESTATUS

Benney, Riesman y Star (1956) afirman que la edad y el sexo son características interpretadas en nuestra cultura; esta interpretación permite diferenciar roles y cada rol tiene su propio patrón de comunicación y repertorio de conductas esperado, por lo que se supone que diferente género y/o diferente edad conllevan roles diferentes, y que por lo tanto provocarán diferentes interacciones comunicativas. Estos autores ponen el siguiente ejemplo (poco acertado aunque incisivo aún teniendo en cuenta el año de la investigación): «el habla de la mujer se espera que sea más afectiva y menos efectiva que el habla del hombre» (pp. 144). Sus investigaciones les permiten obtener unas conclusiones que son paradigmáticas en relación a las intuiciones de los resultados dominantes en la época. Los autores concluyen que los entrevistadores masculinos obtienen menos respuestas que los entrevistadores femeninos y que los entrevistadores femeninos obtienen más respuestas cuando entrevistan a mujeres, excepto cuando los entrevistadores femeninos jóvenes entrevistan a hombre jóvenes.

Ehrlich y Riesman (1961) analizan la edad y la autoridad de los entrevistadores. Su estudio se realizó utilizando entrevistadoras de entre 20 y 60 años, con una muestra de chicas adolescentes. Sus resultados apuntan a que las entrevistadoras jóvenes tienden a orientar a las iguales, es decir, a las entrevistadas jóvenes; esta orientación de respuesta se ve reducida en las entrevistadoras mayores, las cuales son percibidas como figuras de autoridad (se establece una cierta asimilación con la figura materna). Estos resultados sugieren a los autores que una similitud de sexo y de edad entre entrevistador/a y entrevistado/a es un elemento de facilitación comunicativa, y que una diferencia de edad será, dentro del proceso de entrevista, un elemento inhibitorio para el/la entrevistado/a.

Freeman y Butler (1976) analizan, en relación a la varianza del/de la entrevistador/a, una muestra de 3000 personas y 33 entrevistadores. Una de las hipótesis de trabajo, confirmada por los datos obtenidos era que los entrevistadores producirían un porcentaje más elevado de varianza o de sesgo que las entrevistadoras, ya que aproximadamente un 85% de los entrevistados eran mujeres. En relación a la variable edad, los resultados de la investigación mostraron que los entrevistadores que realizaron sus entrevistas a personas de su mismo intervalo de edad no obtuvieron datos más sesgados que los entrevistadores que entrevistaron a personas de edades diferentes. En cuanto a los grupos de entrevistadores «jóvenes» y entrevistadores «mayores», los resultados apuntaron que los jóvenes entrevistando a jóvenes produjeron menos varianza que los mayores entrevistando a mayores.

En relación a la variable estatus socioeconómico, la hipótesis de los autores apuntaba a que los entrevistadores y entrevistados con estatus socioeconómico similar producirían menos varianza que los entrevistadores y entrevistados con estatus diferentes. Los resultados fueron contradictorios, puesto que los entrevistados con estatus socioeconómico bajo produjeron tanta varianza del/de la entrevistador/a como los entrevistados con nivel socioeconómico alto (los entrevistadores eran todos maestros y, sin más explicaciones, los autores les atribuyen el mismo nivel socioeconómico a todos ellos).

Berk y Bernstein (1988) examinan las características de edad, educación, etnia, experiencia y clase social en relación al trabajo de 206 entrevistadores en un cuestionario de salud. Sus resultados indican que ni la educación, ni la experiencia, ni la etnia, ni la clase social presentan ninguna asociación estadística con la medida de no respuesta, ni con medidas de validez. Tan sólo la variable edad presenta una correlación significativa con la medida de no respuesta (los entrevistadores de mayor edad parecen ser más efectivos), aunque no con medidas de validez.

Otras investigaciones han intentado recoger algunos de los resultados que presentan una mayor consistencia en relación a demostrar la existencia y la medida de los efectos del/de la entrevistador/a debidos a sus características sociodemográficas y comprobar las diferencias mostradas en estas investigaciones anteriores. El trabajo de Esbensen y Manearte (1991) es un buen ejemplo de esta línea. Estos autores establecen cinco hipótesis en base a los resultados obtenidos por anteriores investigaciones. En relación a las variables sexo, edad y clase social destacaremos aquí las tres primeras hipótesis, según las cuales:

- I Las entrevistadoras recibirán más respuestas socialmente aceptables que los entrevistadores.

- II Los entrevistadores de mayor edad obtendrán más respuestas socialmente aceptables de entrevistados adolescentes que los entrevistadores jóvenes.
- III Los entrevistadores de clase social media obtendrán más respuestas socialmente aceptables que los entrevistadores de clase social baja.

Los resultados de sus investigaciones no les permitieron mantener estas hipótesis, concluyendo los autores que las características de los entrevistadores no afectan seriamente a los datos obtenidos.

#### 2.1.2.3.2 LA RAZA Y LA PERTENENCIA ÉTNICA

Al igual que la mayor parte de los efectos del método de encuesta, los efectos raciales en la entrevista han sido estudiados en su mayor parte en EEUU y por investigadores estadounidenses. Sin embargo, en estos efectos es, probablemente, en los que más se percibe el etnocentrismo conceptual, de modo que podríamos decir sin ningún tipo de problemas que los efectos raciales y étnicos son un producto «genuinamente americano». En Europa, en los últimos años el término raza ha sido prácticamente desechado del discurso cotidiano por las connotaciones racistas que tiene su utilización, y se ha sustituido eufemísticamente por el término etnia, de modo que actualmente decir etnia designa lo mismo que raza pero sin ninguna carga socialmente indeseable para el hablante.

Por contra, en EEUU no sólo se mantiene el término raza, sino que raza y etnia se utilizan con diferentes significados. En las investigaciones sobre efectos del/de la entrevistador/a, el término raza se utiliza para la diferenciación entre blancos y negros (Anderson, Silver & Abramson, 1988; Campbell, 1981; Finkel, Guterbock & Borg, 1989; Hatchett & Schuman, 1975; Schuman & Converse, 1971) y el término etnia para la diferenciación entre anglosajones e hispanos (Reese et al., 1986; Weeks & Moore, 1981).

No entraremos aquí en las consecuencias de este etnocentrismo cultural para la conceptualización de las ciencias sociales, pero tampoco queremos pasarlo por alto. De hecho, a pesar de nuestra insatisfacción con el término, hemos optado por denominar el conjunto de los efectos de los que trataremos bajo el epígrafe «pertenencia étnica».

Como ya hemos señalado, la pertenencia étnica es una de las características del/de la entrevistador/a que ha sido más estudiada. Los resultados más impactantes en relación

a este efecto fueron los ofrecidos por Hyman (1954) a raíz de un estudio realizado en 1942 en Memphis, ciudad del estado sureño de Tennessee en Estados Unidos. La muestra del estudio fue de 1000 entrevistados, asignando aleatoriamente los entrevistados negros a entrevistadores blancos y entrevistadores negros. Los resultados muestran diferencias en función de la etnia del/de la entrevistador/a en 21 de las 24 preguntas del cuestionario, diferencias en algunos casos superiores al 20%. Pero no solamente son impresionantes las diferencias de porcentajes, sino que también es importante destacar que muchas de las preguntas que presentan diferencias son preguntas «inocuas» o sin supuesta relación con un contenido racial, como son el nivel de educación o el tipo de coche que se ha comprado. En la misma obra, Hyman aporta resultados de un estudio similar, aproximadamente del mismo año, pero realizado en Nueva York. En esta ocasión las diferencias fueron mucho menores, solamente la mitad de las preguntas mostraron diferencias significativas en porcentajes, y en todo caso diferencias menores que las obtenidas en Memphis. Las diferencias entre los dos estudios fueron debidas, según Hyman, a que en Nueva York, las relaciones entre negros y blancos están «afectivamente menos cargadas» que en el sur.

Schuman y Converse (1971) realizaron una investigación intentando detectar qué tipo de preguntas y qué tipo de entrevistados eran los más afectados por las diferencias de etnia en los entrevistadores. El estudio se llevó a cabo en Detroit en el año 1968 (un año después de los disturbios de 1967). La muestra estaba formada enteramente por personas negras, el equipo de entrevistadores estaba formado por 25 entrevistadoras profesionales negras y mayores, y por 17 entrevistadores blancos, jóvenes estudiantes graduados en sociología y trabajo social, siendo aproximadamente la mitad hombres y la otra mitad mujeres. La totalidad de los 42 entrevistadores pertenecían, según aclaran los autores, a la clase media, tanto en términos económicos como sociales. Se analizaron 130 preguntas del cuestionario y los resultados indican que la etnia del/de la entrevistador/a explica al menos el 1% de la varianza en 34 preguntas; de éstas, la varianza explicada supera el 2% en 11 preguntas y el 3% en 9 preguntas más. Se ha de tener en cuenta, sin embargo, que en el 74% de las preguntas no se observaron diferencias en función de la etnia del/de la entrevistador/a. Los resultados generales fueron los siguientes:

**TIPOS DE PREGUNTAS**  
**AFFECTADAS POR LA ETNIA DEL/DE LA ENTREVISTADOR/A**

Varianza explicada por la etnia del/de la entrevistador/a

Tipo de preg.	Nº de preguntas	2% ó más	1 - 2%	Menos de 1%	Total
Total de preg.analizadas	130	15%	11%	74%	100%
Opiniones raciales	40	32%	5%	63%	100%
Hechos raciales	14	14%	29%	57%	100%
Opiniones no raciales	29	3%	11%	86%	100%
Hechos no raciales	47	8%	11%	81%	100%

Schuman & Converse (1971, pp. 51)

Como puede observarse en la tabla, las 130 preguntas analizadas estaban formadas por preguntas sin contenido racial explícito y por preguntas de contenido racial explícito, como por ejemplo: «¿Piensa Vd. que los maestros negros se toman mayor interés en la enseñanza de estudiantes negros, que los maestros blancos?; ¿Cómo piensa Vd. que debemos referirnos a los disturbios del pasado julio en Detroit: pueden ser denominados como motín, como rebelión o como qué?».

Los resultados indican que los mayores porcentajes de varianza explicada por la etnia del/de la entrevistador/a se acumulan en las preguntas de contenido racial. El sentido de las diferencias es que en este tipo de preguntas, los entrevistados negros se muestran menos hostiles y menos militantes con los entrevistadores blancos que con los entrevistadores negros. La conclusión de los autores es que el grado de sentimiento anti-blanco y la militancia medida en entrevistados negros difiere considerablemente dependiendo de la composición étnica de los entrevistadores.

El estatus social de los entrevistados también incide en estas diferencias, Schuman y Converse (1971) indican que al dividir la muestra en tres niveles de estatus, la asociación

de la etnia del/de la entrevistador/a y la militancia es seis veces mayor en el nivel de estatus bajo que en el nivel alto; igualmente, y en contra de las expectativas de los investigadores, los efectos del/ de la entrevistador/a no disminuyen entre los negros jóvenes nacidos en el norte.

Los resultados anteriores indican que la etnia del/de la entrevistador/a no afecta a la globalidad de las preguntas, sino que afecta específicamente a las preguntas de temática racial. Hatchett y Shuman (1975), realizan un estudio en el que la muestra está compuesta por personas blancas y personas negras, intentando averiguar si los efectos de la etnia del/de la entrevistador/a se pueden hacer extensibles a entrevistados blancos. Los resultados indican que los entrevistados blancos manifiestan opiniones más liberales o pro-negros cuando el/la entrevistador/a es negro/a. Las conclusiones indican que tanto blancos como negros parecen estar dispuestos a evitar respuestas que pueden ofender al/a la entrevistador/a de otra etnia, y a ser más sinceros (o menos) con los entrevistadores de la propia etnia.

Otras investigaciones (Anderson, Silver & Abramson, 1988a, 1988b; Campbell, 1981; Finkel, Guterbock & Borg, 1991; Weeks & Moore, 1981) indican la estabilidad de los resultados indicados anteriormente, incluso en cuestionarios administrados por teléfono (Cotter, Cohen & Coulter, 1982), las conclusiones son similares: la etnia del/de la entrevistador/a presenta poco o ningún efecto en preguntas sin contenido racial, la etnia del/de la entrevistador/a presenta efectos en algunas y no en todas las preguntas con contenido racial, y éstas últimas, cuando son formuladas a los entrevistados por entrevistadores de otra etnia, aquellos manifiestan respuestas más «deferentes» que cuando son formuladas por un/a entrevistador/a de su propia etnia.

Se puede pensar que estos resultados son lógicos en la medida que, si las diferencias étnicas se consideran especialmente sensibles en una relación interpersonal, esta sensibilidad se trasladará y manifestará en las preguntas cuyo contenido de pie a esta sensibilidad. Grodon (1975) señala que, muy probablemente, estos resultados serían diferentes en Hawai o en Brasil por la diversidad étnica natural, puesto que el efecto de la etnia del/de la entrevistador/a depende del significado de las diferencias étnicas en la cultura en la que se desarrolle la entrevista. Gordon sugiere igualmente que el problema de este tipo de efecto del/de la entrevistador/a es más complicado de lo que en un principio se asume, puesto que,

en primer lugar, es un efecto que depende del contexto social, cultural e histórico, y en segundo lugar, las diferencias étnicas se pueden trasladar en las relaciones como distancia social, diferencias de estatus, diferencias de poder, relaciones intergrupales etc., lo que proporciona un entorno suficientemente complejo como para ser tratado solamente en función de diferencias porcentuales o varianza explicada.

El estudio de los efectos debidos a las características sociodemográficas del/ de la entrevistador/a parece no haber seguido ninguna línea teórica como guía. Esta falta de guía ha provocado que los resultados mismos se conviertan en guía teórica, con la consecuente falta de argumentación y de justificación teórica. Una cosa es estudiar las tendencias en los resultados y otra muy diferente es acogerse a la aparente inmutable veracidad de los mismos. Esta pequeña paradoja es la que ha producido modelos predictivos del sesgo del/de la entrevistador/a como el ofrecido por Dohrenwend, Colombotos y Dohrenwend (1968) con el que se pretende dar una respuesta sobre cuáles son las mejores combinaciones de entrevistados y entrevistadores para producir un menor sesgo del/de la entrevistador/a. El modelo centra su organización en función del problema de la distancia social, y en esta distancia intervienen como variables principales la etnia del/de la entrevistador/a y del/de la entrevistado/a y las actitudes del/ de la entrevistador/a hacia el/la entrevistado/a:

**RELACIÓN DE SIMILITUD DE ESTATUS Y ACTITUDES DEL ENTREVISTADOR  
CON EFECTOS DE SESGO DEL ENTREVISTADOR,  
EN FUNCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE DISTANCIA SOCIAL DEL ENTREVISTADO**

DADO:

ENTONCES:

Estatus del entrevistado relativo al entrevistador	Actitudes* entrevistador	Distancia social percibida entrevistado	Efectos de sesgo
Estatus de clase y etnia similar	Intrusivo y rechazo/no rechazo	Menor	Fuerte
	No intrusivo y rechazo/no rechazo		Débil
Estatus de clase o de etnia similar	Intrusivo y no rechazo		Débil
	No intrusivo y no rechazo		Débil
	Intrusivo y rechazo		Fuerte
Estatus de clase y étnico bajo	Intrusivo/no intrusivo y rechazo/no rechazo	Mayor	Fuerte

\* Intrusivo hacia entrevistados de estatus similar, rechazo hacia entrevistados de estatus bajo

Dohrenwend, Colombotos &amp; Dohrenwend (1968, pp. 420)

Según el modelo, realizado en base a resultados obtenidos en diversas investigaciones, cuando la diferencia objetiva de estatus entre entrevistador/a y entrevistado/a es pequeña, lo que determina el sesgo del/de la entrevistador/a es la actitud de éste en relación al/a la entrevistado/a. Actitud que puede ser intrusiva, y se refiere a una actitud excesivamente cercana y franca hacia el entrevistado/a, y de rechazo o de no rechazo, en función de las preferencias del/de la entrevistador/a hacia determinadas clases y etnias. Cuando la diferencia de estatus entre entrevistador/a y entrevistado/a es grande, lo que determina fundamentalmente el sesgo del/de la entrevistador/a es la percepción del/de la entrevistador/a por parte del entrevistado/a.

La representación esquemática del modelo elaborada por Dohrenwend, Colombotos y Dohrenwend no es muy explicativa ni clarificadora, como tampoco lo son las interpretaciones del modelo. En este sentido podemos trasladar aquí la pregunta que Sheatsley (1950) preveyó ya antes de la aparición de modelos como este: «¿Qué es menos malo: tener una mujer negra analfabeta entrevistada por una mujer blanca más cercana a su estatus socioeconómico, o entrevistada por un negro con un máster en sociología?». Dohrenwend, Colombotos y Dohrenwend intentan dar respuesta a esta pregunta intentando aplicar su modelo sin demasiado éxito. Pero lo que es especialmente importante es que la respuesta ofrecida por los investigadores no contempla para nada sobre qué tema o contenido sería entrevistada esta mujer negra analfabeta, ni en qué lugar.

#### 2.1.2.4 OTRAS FUENTES DE EFECTOS DEL/DE LA ENTREVISTADOR/A

Las características sociodemográficas del/de la entrevistador/a no son la única fuente de sesgo del/de la entrevistador/a en las respuestas de los entrevistados. Existen otros elementos inherentes al/a la entrevistador/a que han preocupado por su incidencia en las respuestas, como por ejemplo las expectativas del/de la entrevistador/a. Inicialmente este problema se trató en términos motivacionales, indicando que la motivación del/de la entrevistador/a daba lugar a un sesgo de las respuestas de los entrevistados en la dirección

de la ideología del/de la entrevistador/a.

Otras explicaciones en términos de percepción se han aplicado para explicar esta fuente de sesgo. Smith y Hyman (1950) intentan mostrar cómo las expectativas del/de la entrevistador/a, en función de la coherencia cognitiva, determinan la percepción de la actitud del/de la entrevistado/a. La base de su investigación radica en la creencia de muchos entrevistadores sobre la organización estructurada de las actitudes. En este sentido, los autores destacan una frase significativa de un/a entrevistador/a: «Una vez empiezan a hablar, puedo predecir qué van a decir...» (pp. 492). Las expectativas acerca de esta particular estructura de las actitudes se fundamentan, en muchas ocasiones, en estereotipos simplificados de determinados grupos sociales, lo que proporciona al/a la entrevistador/a un marco referencial según el cual adelanta las respuestas de los entrevistados, o bien las codifica en función de sus expectativas. Los resultados de su investigación indican la presencia de este sesgo, diferenciándolo de la incidencia de la ideología del/de la entrevistador/a. Según los autores, ideología y expectativas producen efectos independientes: cuando se controlan las expectativas, la incidencia de la ideología es prácticamente nula.

Sudman, Bradburn, Blair y Stocking (1978) indican que las expectativas del/de la entrevistador/a pueden incidir en las respuestas cuando se han de realizar aclaraciones sobre preguntas no comprendidas, cuando se registran las respuestas de forma sesgada o cuando se registran respuestas no realizadas por los entrevistados, aunque estas expectativas no son, según los autores, las más importantes. Los autores añaden que las expectativas de dificultad en la formulación de las preguntas pueden ser una fuente de sesgo importante. En su investigación administraron un cuestionario que contenía preguntas sobre actividades de tiempo libre, como ir al cine, a un restaurante, ver la televisión, etc. Estas preguntas estaban seguidas por otras consideradas amenazantes para la imagen social del/de la entrevistado/a o para su intimidad, y se referían al juego, a la bebida, al consumo de drogas y a la conducta sexual. Los entrevistadores eran todos mujeres, entre 30 y 35 años y con experiencia en la administración de cuestionarios. Las expectativas de dificultad de las preguntas y de comportamiento de diferentes sectores de la muestra eran recogidas a través de un cuestionario autoadministrado, contestado por las entrevistadoras antes de la administración del cuestionario de la investigación. Los resultados indican que las expectativas de

comportamiento de los diferentes sectores de la muestra presentaron efectos inapreciables. Según los autores, los efectos de dichas expectativas son inestimables en la mayor parte de las situaciones triviales y pueden ser ignorados. En relación a las expectativas de dificultad, tampoco presentaron diferencias importantes ni sistemáticas, aunque en las conclusiones se aconseja que los entrevistadores con expectativas de dificultad en la investigación no deben ser contratados, así como tampoco se debe preparar a los entrevistadores para esperar bajos índices de respuesta en la investigación.

Otras investigaciones tendentes a replicar la investigación de Sudman y colaboradores (Singer & Aguirre, 1979; Singer, Frankel & Glassman, 1983) hallaron resultados similares. En definitiva, las expectativas del/de la entrevistador/a parecen ejercer una cierta influencia en las respuestas, aunque esta influencia no es importante ni sistemática. La mayor incidencia de las expectativas del/de la entrevistador/a se centra en la de dificultad en la obtención de las respuestas y se concreta en que los entrevistadores con mayores expectativas de dificultad consiguen un menor índice de cooperación de los entrevistados que aquellos que mantienen menores expectativas de dificultad.

Otro elemento que ha preocupado en cuanto al sesgo del/de la entrevistador/a es el que se ha denominado «idiosincrasia verbal». Este tipo de sesgo preocupó a los investigadores cuando el uso de magnetófonos no era una práctica habitual en el registro de las respuestas. Collins (1970) mostró diferencias en función del vocabulario utilizado por los entrevistadores y por la tendencia a utilizar sistemáticamente determinadas palabras. Más actualmente, esta preocupación menor se ha trasladado a la entonación de la voz en la formulación de las preguntas, intentando averiguar si una acentuación más grave o más aguda provoca una mayor elección de respuestas afirmativas o negativas (Barath & Cannell, 1976; Blair, 1977). Los resultados de las pocas investigaciones dirigidas a este tipo de problema han mostrado resultados contradictorios. Una vez más estamos ante la posibilidad de alargar en mayor o menor medida la lista de variables independientes que pueden afectar la actuación del/de la entrevistador/a, consiguiendo poco más que una lista de resultados, en pocas ocasiones acumulativos, y en su mayor parte poco esclarecedores en cuanto a la comprensión de lo que se está estudiando.

### 2.1.2.5 COMENTARIOS FINALES SOBRE LOS EFECTOS DEL/ DE LA ENTREVISTADOR/A

Lo sorprendente de los estudios de los efectos del/de la entrevistador/a es la evolución de los resultados obtenidos. Cuando surgió el interés por este tipo de investigación los resultados indicaban la existencia de sesgos reseñables por parte del/de la entrevistador/a, resultados que indicaban igualmente que la incidencia de estos sesgos era importante. Con el paso del tiempo, posteriores investigaciones han matizado los resultados iniciales, llegando incluso a sugerir que los efectos del/de la entrevistador/a son posibles pero poco probables.

A pesar de todo, aunque en menor medida, las investigaciones sobre estos efectos siguen, y todo parece indicar que siguen porque los resultados son contraintuitivos, es decir, los investigadores intuyen que el/la entrevistador/a es una fuente potencial de sesgo en las respuestas, pero la evidencia empírica buscada para poder pasar de intuición a indicación, de sospecha a certeza, les obliga a permanecer en la intuición y en la sospecha.

La conclusión más generalmente aceptada es que si bien los resultados muestran un incidencia menor del/de la entrevistador/a en el sesgo de las respuestas, esto no da licencia como para olvidarse del/de la entrevistador/a como fuente potencial de error. Antes bien, se ha de insistir en la adecuada formación del/de la entrevistador/a en cuanto a su dinámica en el desarrollo de la entrevista.

La dinámica más ampliamente aceptada es la de mantener en lo posible la estandarización de la situación de entrevista a lo largo de la muestra, lo que conlleva una buena capacidad de adaptación del/de la entrevistador/a ante diferentes situaciones, una buena capacidad para mantener el significado estándar de las preguntas a lo largo de los entrevistados, y una buena capacidad para mantener una relación lo más neutral posible en cuanto al tema de la entrevista enfrente del/de la entrevistado/a.

## 2.1.3 EFECTOS DEL MODO DE ADMINISTRACIÓN

### 2.1.3.1 INTRODUCCIÓN

Hasta el momento hemos tratado los efectos de respuesta en el ámbito del propio cuestionario, teniendo en cuenta la formulación de las preguntas, su ordenación y presentación, su forma abierta o cerrada, etc., y además hemos tratado el ámbito del/de la entrevistador/a en cuanto a la incidencia de sus características sociodemográficas y a su actuación durante la administración del cuestionario. Podemos hablar de un tercer ámbito de incidencia en las respuestas a un cuestionario, un ámbito que condiciona la forma en que se presentan las preguntas, y condiciona obviamente la actuación del/de la entrevistador/a, nos referimos al modo de administración del cuestionario.

Los diferentes modos de administración de un cuestionario podrían ser un punto de partida excelente para una aproximación teórica a la metodología de encuesta, y muy especialmente para el cuestionario, puesto que la administración orienta y determina la interacción que se establece entre el/la entrevistador/a, el/la entrevistado/a y el tema del cuestionario. Ya en el estudio de los efectos de respuesta del cuestionario, el modo de administración marcaba en ocasiones el tipo de efectos en las respuestas, como por ejemplo el efecto de primacía, el efecto de recencia o la cantidad de «no lo sé» como respuesta; y en los efectos debidos al/a la entrevistador/a es fácil imaginar que su interacción con el/la entrevistado/a en una situación cara a cara, o en una situación de comunicación a través del teléfono, puede inducir cambios en la facilitación o inhibición de algunos tipos de respuestas. Elementos como la lejanía/proximidad física, la percepción/no percepción de un tipo de comunicación no verbal o la percepción del otro, por poner algunos ejemplos, se presumen importantes y con suficiente entidad como para iniciar una guía teórica en relación al contexto de interacción en el que se desarrolla la metodología de encuesta.

Es cierto que en el ámbito de producción de saber -llámese investigación- no sólo existen criterios metodológicos, epistemológicos o teóricos. Seríamos bastante ingenuos de considerarlo así. También existen, entre otros, criterios económicos, y son precisamente éstos últimos los que han primado en el estudio de la incidencia del modo de administración del cuestionario en las respuestas. De esta forma, se habla de «encuestas telefónicas» o «encuestas por correo» como **alternativas** al cuestionario administrado cara a cara, aunque esta definición de alternativas pasa por el estudio de otros medios de obtener la misma información a un menor coste, tanto de tiempo como de dinero. No pretendemos ocultar

que estas alternativas lo son no solamente desde el punto de vista económico, aunque de todas formas es el que ha predominado en su estudio dejando arrinconada una aproximación teórica. También es igualmente cierto que el campo de investigación de la metodología de encuesta, y muy especialmente el apartado del modo de administración, es un campo de investigación donde, a pesar de la reiterada alusión a la falta de componentes teóricos, el criterio de practicidad es imperante.

El modo de administración del cuestionario da lugar a tres formas:

### **I Administración cara a cara.**

Esta forma de administración requiere la actuación de un/a entrevistador/a que es el que formula las preguntas del cuestionario y recoge las respuestas. El contacto del/de la entrevistador/a con el/la entrevistado/a es directo, y la interacción se realiza uno en presencia del otro. Esta forma de administración es la que ha dado lugar a la denominación de entrevista estructurada o entrevista cerrada, en la medida que la forma de interacción es la acostumbrada en la entrevista, pero constreñida a la forma y contenido de las preguntas y respuestas del cuestionario.

### **II Administración por teléfono.**

En esta forma de administración la actuación del/de la entrevistador/a es igualmente indispensable puesto que es él/ella el/la que sigue formulando las preguntas y recogiendo las respuestas, aunque en este tipo de administración el contacto con el/la entrevistado/a no es tan directo. El teléfono permite una interacción verbal y no visual. Este alejamiento de la presencia física del/de la entrevistador/a es el que ha connotado los estudios sobre índices de participación, cantidad de respuestas proporcionadas por los entrevistados, etc.

### **III Autoadministración.**

En esta ocasión el/la entrevistador/a pasa a tener un papel secundario o terciario, puesto que no vehicula las preguntas sino que éstas se presentan directamente al entrevistado/a, siendo él/ella mismo/a el/la que efectúa su lectura, y él/ella mismo/a el que anota sus respuestas. La forma autoadministrada del cuestionario puede adoptar dos procedimientos generales:

### **Correo.**

Quizás es la forma de autoadministración más conocida, especialmente en poblaciones generales. La relación del/de la entrevistador/a con el/la entrevistado/a es totalmente indirecta y determinada casi exclusivamente por el lenguaje verbal escrito. La falta de inmediatez en la comunicación es la que ha condicionado en gran medida su estudio.

### **Autoadministración directa.**

Quizás esta sea la forma más conocida entre la población estudiantil, especialmente en Psicología. En esta ocasión la entrega del cuestionario es directa, y en muchas ocasiones, simultánea con otros entrevistados. La comunicación del/de la entrevistador/a con el/la entrevistado/a, si bien no es directa, tampoco es tan espaciada temporalmente como cuando se efectúa por correo. La intervención del/de la entrevistador/a se reduce a la presentación, entrega y recogida del cuestionario, y a la aclaración de posibles dudas que pueda provocar.

En este apartado vamos a tratar de la incidencia de las formas de administración por teléfono y por correo en las respuestas a los cuestionarios. En muchas ocasiones esta incidencia pasa por la comparación de las tres formas de administración en índices de respuestas, calidad de las mismas y coste económico. La forma de autoadministración directa no aparece citada prácticamente en ninguna de las investigaciones revisadas. Esta ausencia puede ser debida a que las grandes organizaciones comerciales de sondeos de opinión y de actitudes no han adoptado excesivamente esta forma de administración, quedando prácticamente restringida al ámbito académico de la ciencias sociales, especialmente de la psicología.

### **2.1.3.2 ADMINISTRACIÓN POR TELÉFONO**

De las dos formas de administración alternativas a la situación cara a cara, la administración del cuestionario por teléfono es quizás la que cuenta con más ventajas o con

menos inconvenientes. El desarrollo técnico, más constante, y la evolución económica, con más altibajos, ha permitido en el mundo occidental, a partir de los años setenta, la implantación masiva del teléfono en muchas unidades familiares. Esta facilitación de contacto o de acceso inmediato a un número elevado de personas, representó una buena posibilidad de modificar la forma tradicional de administración de cuestionarios, especialmente en relación al tiempo dedicado a establecer la primera toma de contacto con las personas entrevistadas, y en general en relación al costo económico de desplazamientos del equipo de entrevistadores. Igualmente, la entrevista a través del teléfono representaba una posibilidad de reducir los posibles efectos de algunas de las características sociodemográficas de los entrevistadores, al evitar el contacto visual con el/la entrevistado/a. Una vez descubierto un nuevo campo potencialmente atractivo en la administración de cuestionarios, se trataba de analizar qué tipo de respuestas se obtenían a través del teléfono, y si éstas mantenían o no los estándares de calidad ya conocidos en la administración de cuestionarios cara a cara. De esta forma, muchas de las investigaciones se encararon con estos objetivos, para más adelante analizar las particularidades propias de este modo de administración, como la adecuación de las formas de las preguntas al lenguaje verbal y sin ninguna ayuda visual (Miller, 1984), la encuesta telefónica asistida por ordenador (*Computer Assisted Telephone Interview*) (Bassili & Fletcher, 1991; Groves & Mathiowetz, 1984; Shanks et al., 1981), técnicas para incrementar la participación de los entrevistados (Groves & Magilavy, 1981), etc.

En relación a la comparación de la calidad y tipos de respuestas de los cuestionarios administrados por teléfono con los administrados cara a cara, las investigaciones iniciales no muestran grandes diferencias sistemáticas (Colombotos, 1969; Hochstim, 1967; Locander et al., 1976; Rogers, 1976; Siemiatycki, 1979; Wiseman, 1972), aunque también se pueden citar otras investigaciones en las que sí se observan diferencias. Jordan, Marcus y Reeder (1980) observan que en los cuestionarios por teléfono hay una mayor cantidad de ausencia de datos (*missing*), más asentimiento en las respuestas, más respuestas evasivas, más respuestas extremas y algunas respuestas contradictorias. Groves (1977) observó mayor suspicacia en los entrevistados, una mayor ausencia de respuestas, información menos detallada en las preguntas abiertas y una mayor cantidad de respuestas evasivas a preguntas amenazantes. Las primeras hipótesis formuladas para explicar estas diferencias se centraban en la motivación insuficiente del/de la entrevistado/a, en la mediación del canal de comunicación en la ausencia de respuestas, y en la insuficiente adecuación de la forma de las preguntas al teléfono. Groves (1979) aporta datos sobre las preferencias de las personas entrevistadas acerca del modo de administración, datos provenientes de preguntas

realizadas personalmente y por teléfono:

#### PREFERENCIAS SOBRE EL MODO DE ADMINISTRACIÓN

	Cuestionarios personales	Cuestionarios telefónicos
Preferencia:		
Cara a cara	78.4%	22.7%
Teléfono	1.7%	39.4%
Correo	16.9%	28.1%
Mixto	1.5%	1.8%
No sabe	1.5%	8.0%
Total	100 %	100%
Missing	14	69
Total N	1.437	1.696

Las razones de las preferencias de la administración cara a cara fueron que éstas son más personales, te permiten ver al otro y se pueden dar respuestas mejores. Las razones de la preferencia por la administración por teléfono fueron básicamente que es más fácil y más rápido de realizar y que no requiere de la visita del/de la entrevistador/a. Las razones aducidas contra el cuestionario telefónico fueron no conocer con quién se está hablando y no gustar de hablar por teléfono. Las diferencias de porcentajes en las razones ofrecidas varían, al igual que las preferencias, en función de si se han preguntado cara a cara o por teléfono, lo que conduce a relativizar los resultados. Las conclusiones de muchas de estas investigaciones ya apuntaban a la realización de un mayor esfuerzo de investigación hacia nuevas formas de preguntas adecuadas a la administración por teléfono, y a una menor dedicación de investigaciones dedicadas a comparar calidad de resultados (Jordan, Marcus & Reeder, 1980).

En líneas generales se puede afirmar que no existen grandes diferencias en las respuestas obtenidas por teléfono y cara a cara, aunque esta afirmación no puede ser taxativa. La calidad de los datos obtenidos por teléfono depende en gran medida de la cobertura telefónica en la población con la que se va a trabajar (Bosch & Torrente, 1993) y no tan sólo del total de cobertura, sino que igualmente deben tenerse en cuenta diferentes estratos de cobertura, como por ejemplo el ámbito rural y el ámbito urbano. La selección de los entrevistados por teléfono (adultos, hombres, mujeres...) introduce aproximadamente un 10% de error en la selección de la muestra (Groves & Kahn, 1979), por otra parte los adultos de mayor edad tienden a estar mal representados en los cuestionarios por teléfono

(Herzog & Rodgers, 1988; Herzog et al., 1983). La proporción de respuesta en cuestionarios por teléfono está, aproximadamente, unos cinco puntos por debajo de la proporción de respuesta en cuestionarios administrados cara a cara. Groves (1979) indica una proporción para muestras telefónicas entre el 59 y el 70% (mucho más cerca del 70% que del 59% según el autor), para muestras cara a cara indica un 74.2%. Igualmente la proporción de personas que se sienten incómodas discutiendo sobre estatus económico o sobre actitudes políticas por teléfono es mayor que en la situación cara a cara; por contra, en las grandes áreas metropolitanas la gente se siente más cómoda hablando por teléfono que invitando a extraños en sus casas (Miller, 1991). La posibilidad de reducir estas diferencias en la administración de cuestionarios por teléfono pasa, según la mayor parte de los autores, por una adecuada formación de los equipos de entrevistadores, por una mayor adecuación de los cuestionarios al medio de comunicación, y por las mejoras técnicas asociadas a la comunicación por teléfono.

Una de las posibilidades tecnológicas que facilita al/a la entrevistador/a la administración del cuestionario es la encuesta telefónica asistida por ordenador (*Computer Assisted Telephone Interview*). En esta forma de administración el/la entrevistador/a cuenta con la asistencia del ordenador, que es el que le va mostrando las preguntas que tiene que ir realizando en función de las respuestas a preguntas anteriores; se pueden establecer formas de control de anotación de respuestas (p. ej. no admitir determinados valores), permitiendo además la codificación directa de las respuestas; además, el control de la administración del cuestionario es mucho más directo si se cuenta con una red de comunicación entre los diversos ordenadores. Estos programas informáticos suelen integrar la posibilidad de realizar un marcado aleatorio de números (*Random Digit Dialing*) con el que se consigue que todos los números de teléfono tengan la misma posibilidad de formar parte de la muestra, incluso los que no figuran en los listados de abonados de las compañías telefónicas. Este sistema de selección conlleva un pequeño inconveniente, que es el de no conocer el nombre de la persona a la que se está llamando, lo que puede dificultar el inicio del cuestionario (Bosch & Torrente, 1993). Algunas investigaciones (Klecka & Tuchfarber, 1978) han comprobado que la calidad y efectividad de este tipo de selección de la muestra son óptimas, aconsejándolas como una alternativa válida y menos costosa que los métodos tradicionales.

Otras investigaciones se han dirigido al estudio de cómo incrementar la participación en los cuestionarios por teléfono. Groves y Magilavy (1981) estudian la efectividad de la técnica denominada *pie en la puerta* («foot-in-the-door»), técnica bien conocida desde hace tiempo en los estudios sobre influencia de la psicología social (p. ej. Freedman & Fraser,

1966; Pliner, et al., 1974; Snyder & Cunningham, 1975). Esta técnica, cuando se refiere a la administración de cuestionarios, consiste, en líneas generales, en realizar una pequeña cantidad de preguntas en un primer contacto telefónico para en un tiempo posterior administrar un cuestionario más completo. Algunas revisiones de esta técnica (DeJong, 1979), muestran que no siempre se encuentra un efecto significativo. De 31 estudios revisados por el autor, un 48% observa diferencias significativas entre el grupo experimental y el grupo control, en un 36% de estudios no se observan diferencias significativas, y en un 16% se observan proporciones de participación del grupo experimental iguales o inferiores que en el grupo control.

Por su parte Groves y Magilavy (1981) observan en su investigación que las personas que consienten a responder en el primer contacto, consienten sin necesidad de persuasión a responder en un segundo contacto más a menudo que las personas con las que se contacta una sola vez para el cuestionario completo.

Otros estudios se han dedicado a estudiar qué momentos son los mejores para administrar un cuestionario por teléfono (Vigderhous, 1981; Weeks et al., 1980). Sus conclusiones muestran que es en la franja horaria de la tarde donde se observan mejores porcentajes de participación (entre las 18 h. y las 18:59 h.); en relación a los días de la semana no se observan diferencias, si bien se excluyeron los días correspondientes al fin de semana. En cuanto al mes del año no se puede afirmar qué mes es el mejor, aunque Vigderhous afirma que los meses de primavera son mejores.

En definitiva, buena parte de las conclusiones de los estudios mencionados inciden en que los resultados menos positivos de los cuestionarios (como proporción de participación, proporción de «no lo sé», etc.) son debidos en buena parte a que en la administración de cuestionarios por teléfono simplemente se ha mimetizado el procedimiento utilizado en la administración cara a cara, sin cuidar las particularidades del canal de comunicación telefónico, ni evaluar las posibles vías de motivación a participar (Miller & Cannell, 1982).

### 2.1.3.3 ADMINISTRACIÓN POR CORREO

La administración de cuestionarios por correo es la que sufre quizás más inconvenientes. El principal problema con el que se enfrenta este modo de administración

es la participación, y más especialmente la motivación a la participación. En los otros modos de administración se cuenta con la capacidad dialéctica del/de la entrevistador/a, y siempre queda la posibilidad (lo que no quiere decir que siempre sea efectiva) de poder aplazar la administración del cuestionario a otro momento en el que el/la entrevistado/a tenga una mejor disposición. La administración de cuestionarios por correo cuenta solamente con el propio cuestionario, más otros elementos circunstanciales que pueden facilitar la participación, como cartas de presentación, inclusión de sobres con dirección de respuesta ya indicada y con sellos, o bien incentivos (económicos o no) para premiar la participación. La calidad de las respuestas con este modo de administración parece no haber preocupado a los investigadores en la misma medida que los cuestionarios telefónicos, lo que tampoco quiere decir que no se hayan realizado investigaciones en este sentido. En líneas generales se les supone una igualdad de calidad a ambos tipos de administración (McDonagh & Rosenblum, 1965).

Existen múltiples estudios sobre qué aspectos o elementos pueden incidir en la participación en los cuestionarios por correo. Feild (1975) analizó la incidencia de la variable sexo del/de la investigador/a en el índice de respuestas, no encontrando diferencias significativas. Layne y Thompson (1980) estudiaron el efecto de la longitud percibida del cuestionario en la participación, sin encontrar diferencias significativas entre cuestionarios cortos y cuestionarios largos. Wildman (1977) observó en su investigación, una mayor participación cuando los cuestionarios eran enviados al lugar de trabajo, que cuando eran enviados al domicilio de los entrevistados. La muestra de su estudio estaba compuesta por maestros, y el cuestionario estaba compuesto por preguntas referentes a la docencia. Hensley (1974) analizó la incidencia en el índice de participación del tipo de sellos puestos en el sobre de devolución del cuestionario, llegando a la sugerencia de que los sellos conmemorativos estimulan la participación en los cuestionarios por correo. Esta sugerencia ha llegado a proponer la selección de sellos conmemorando gestas de personajes femeninos para incrementar la participación de las mujeres (Farley, 1975). Henley (1976) analiza el efecto de incluir una fecha límite de devolución en el cuestionario enviado por correo; sus datos muestran que la inclusión de la fecha límite incrementa inicialmente la participación, pero posteriormente ésta se reduce en los días siguientes.

Se han investigado otros factores como el envío de una carta a modo de recordatorio. Hinrichs (1975) concluye que el procedimiento de administración de cuestionarios se puede interpretar como una forma de individualizar a los entrevistados. En este sentido, una mayor individualización de los cuestionarios enviados por correo puede conllevar una mayor participación; el hecho de enviar una carta recordando la importancia

de la participación a los entrevistados puede ser percibido como una «obligación» en la medida que los entrevistados han sido seleccionados individualmente. Sus resultados indican un efecto en el sentido de mayor participación en las personas a las que se les envió la carta recordando el interés en su participación. Armstrong (1975) resume y analiza la incidencia de los incentivos monetarios en el incremento de la participación. Sus resultados le llevan a concluir que cuando el incentivo económico es presentado por adelantado, provoca un efecto de disminución de la no respuesta; en su estudio observó una disminución de aproximadamente un tercio de la no respuesta. Este efecto se ve muy reducido si el incentivo monetario se otorga después del envío del cuestionario. Schewe y Courmoyer (1976) analizan el efecto de la cantidad prometida si se envía el cuestionario, llegando a la conclusión de que la cantidad óptima es la de dos dólares, aunque reconociendo que esta cantidad está sujeta a condicionantes socioeconómicos, por lo que se tendría que revisar en función de la inflación anual.

Como puede observarse, se han tratado muchos aspectos que pueden incidir o no en el porcentaje de participación. La enumeración de todos los trabajos realizados en esta línea de investigación obligaría a una presentación exhaustiva y quizás tediosa. Precisamente a fin de globalizar estas investigaciones y sus resultados se han realizado diversas revisiones y metanálisis. Linsky (1975) en su revisión destaca las siguientes conclusiones:

**a) Evidencia de efectos positivos:**

- 1.- El uso de una o más cartas recordatorias, al igual que llamadas telefónicas.
- 2.- Los contactos previos con los entrevistados, por correo, por teléfono o personalmente, especialmente los contactos telefónicos.
- 3.- El tipo de franqueo por correo aéreo y los sobres preparados para la devolución.
- 4.- Los incentivos económicos en cualquier cantidad. Las promesas de recompensa son menos efectivas. Otros tipos de incentivo ayudan igualmente.
- 5.- La presencia del nombre de la organización que se responsabiliza del estudio y de la persona que envía la carta que se adjunta al cuestionario.

**b) Evidencia equívoca o sin posibilidades de generalización:**

- 6.- La explicación de la importancia del/de la entrevistado/a para el desarrollo de la investigación.
- 7.- La personalización del cuestionario es globalmente efectiva, pero su efectividad se enrarece con el problema del anonimato.
- 8.- La evidencia del anonimato es equívoca.
- 9.- La alusión a los beneficios sociales de la participación del/de la entrevistado/a o la alusión a la ayuda hacia el/la investigador/a.
- 10.- La longitud del cuestionario.

El siguiente cuadro resume los resultados de varias investigaciones sobre la importancia que se otorga a diversos factores en las respuestas a cuestionarios por correo. Los estudios subjetivos se refieren a revisiones bibliográficas de informes de investigación que se han realizado por correo. Los estudios cuantitativos se refieren a investigaciones que han utilizado análisis estadísticos sobre diversos factores en la proporción de respuestas, y finalmente el TDM se refiere al *Total Design Method* y «se orienta a crear en el entrevistado una percepción de aumento de recompensas y disminución de costes al responder el cuestionario (...) se basa en: correspondencia personalizada, un cuestionario simple y atractivo y un seguimiento sistemático» (Bosch & Torrente, 1993, p. 24).

## INCIDENCIA DE VARIOS FACTORES EN LA RESPUESTA DE LAS ENCUESTAS POR CORREO SEGÚN AUTORES

Factores	Estudios subjetivos					Estudios cuantitativos				TDM
	Scott 1961	Kanuk & Benson 1975	Linsky 1975	Ducan 1979	Harvey 1987	Heberlein & Baumgartner 1979	Eichner & Habermehl 1981	Goyder 1982	Fox et al. 1988	
Seguimiento	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Notificación previa	*	**	***	***	**	**	--	--	***	--
Incentivo económico	**	***	***	***	***	**	☐	**	***	--
Franqueo especial	**	**	***	?	**	**	☐	**	**	***
Patrocinador	**	*	***	**	?	**	**	**	--	--
Sobre devolución con sellos	**	**	**	***	***	☐	--	--	***	***
Personalización	*	*	*	***	**	☐	--	--	***	***
Interés del estudio	**	--	☐	--	**	***	***	***	--	***
Extensión cuestionario	☐	☐	☐	☐	*	**	**	**	--	*
Carta de presentación	**	?	☐	**	**	--	--	--	--	***
Anonimato	☐	☐	☐	☐	☐	--	--	--	--	--
Fecha límite	--	☐	--	☐	--	--	--	--	☐	--
Tamaño/color cuestionario	☐	☐	☐	☐	**	--	--	--	*	***
Población encuestada	--	--	--	--	*	**	**	**	☐	☐

Símbolos: \*\*\* muy importante; \*\* bastante importante; \* ligeramente importante; ☐ no importante; ? no llega a ninguna conclusión; -- sin efecto  
Cuadro resumen en BOSCH & TORRENTE (1993) *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid. C.I.S. (p. 25)

Como puede observarse, los resultados de los estudios anteriores son en algunos casos contradictorios en el grado de importancia que se atribuye a algunos factores. Destacan como factores importantes el seguimiento, la notificación previa, el incentivo económico, el franqueo

especial, el patrocinador y el sobre de devolución con sellos. Los factores a los que se les atribuye una menor o nula importancia son el tamaño y color del cuestionario, la inclusión de una fecha límite, el anonimato y la extensión del cuestionario.

Cabe resaltar que la mayoría de los estudios realizados son estudios empíricos y casuísticos. Heberlein y Baumgartner (1978) destacan, tras la revisión de cien investigaciones sobre cuestionarios por correo, que estas investigaciones demuestran ser «ateóricas» sin contribuir prácticamente en nada acerca del conocimiento del comportamiento humano, como afirman los autores «la devolución de un cuestionario no tiene ningún interés teórico» (p. 461).

Como resumen del análisis acerca de la idoneidad de los diferentes modos de administración, presentaremos dos cuadros que resumen las ventajas e inconvenientes de cada modo respecto a los otros:

## IDONEIDAD DE LA ENCUESTA SEGÚN MODO DE ADMINISTRACIÓN

	Método		
	Cara a cara	Correo	Teléfono
<b>Obtención de una muestra representativa:</b>			
Oportunidad conocida de aparecer en la muestra:			
Para poblaciones listadas por completo	Alta	Alta	Alta
Para poblaciones parcialmente listadas	Alta	Media	Media
Control sobre los entrevistados	Alto	Medio	Alto
Probab. de localizar al individuo seleccionado	Media	Alta	Alta
Riesgo al sustituir un entrevistado por otro	Medio	Alto	Alto
Tasa de respuesta:			
En muestras heterogéneas y de pobl. general	Alta	Media	Alta
En muestras especializadas y homogéneas	Alta	Alta	Alta
Probab. evitar sesgos por rechazo de entrevista	Alta	Baja	Alta
<b>Construcción del cuestionario y diseño de preguntas:</b>			
Posibilidad de un cuestionario largo	Alta	Media	Media
Tipos de preguntas:			
Posibilidad de preguntas complejas	Alta	Media	Baja
Éxito con preguntas abiertas	Alto	Bajo	Alto
Éxito con preguntas filtro	Alto	Medio	Alto
Éxito con baterías de preguntas	Alto	Bajo	Alto
Éxito con preguntas tediosas o aburridas	Alto	Bajo	Medio
Éxito en evitar la no respuesta	Alto	Medio	Alto
Sensibilidad al modo de construcción del cuest.	Baja	Alta	Medio
<b>Exactitud en las respuestas:</b>			
Posib. evitar respuestas socialmente deseables	Baja	Alta	Media
Posib. evitar la distorsión del entrevistador	Baja	Alta	Media
Posib. evitar influencia de otros al responder	Media	Media	Alta
Posib. realizar consultas cuando son necesarias	Media	Media	Baja
<b>Requerimientos administrativos:</b>			
Posib. de encontrar personal calificado	Baja	Alta	Alta
Posib. de rapidez en la realización	Baja	Baja	Alta
Costes de realización:			
Posib. de mantener costes bajos	Baja	Alta	Media
Aumento de costes por dispersión de muestra	Alto	Bajo	Medio
<b>Balance comparativo entre las técnicas:</b>			
Dimensiones en las que cara a cara es superior	--	13	7
Dimensiones en las que telefónica es superior	8	11	--
Dimensiones en las que por correo es superior	6	--	5

Fuente: DILLMAN (1978) *Mail and Telephone Surveys: The Total Design Method*. Nueva York: John Wiley and Sons. Citado en BOSCH & TORRENTE (1993) *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid: C.I.S., pp. 21.

**ESCOGIENDO ENTRE CUESTIONARIO POR CORREO,  
ENTREVISTA PERSONAL Y ENTREVISTA TELEFÓNICA**

Factores que influyen en la cobertura y obtención de información	Correo	Personal	Teléfono
Costo relativamente bajo	1	3	2
Porcentaje alto de devolución	3	1	2
Precisión alta de la información	2	1	3
Gran cobertura de muestra	3	1	3
Información completa incluyendo información sensible	3	1	2
Fiabilidad y validez global	2	1	3
Tiempo requerido en la obtención de la información	3	2	1
Facilidad en conseguir la información	1	3	2

1: Muy favorable; 2: Intermedio; 3: Poco favorable

Fuente: MILLER (1991). *Handbook of research design and social measurement*.  
Newbury Park: Sage, pp. 168.

Como puede observarse en las dos tablas de resumen de las comparaciones, la administración cara a cara, globalmente, es el modo de administración que aglutina mayor cantidad de ventajas, seguido de la administración por teléfono y en último lugar la administración por correo. A pesar de estas posiciones en las comparaciones, es de interés fijarse en algunas particularidades como por ejemplo el costo económico, el tiempo consumido en la obtención de la información y en la posibilidad de evitar respuestas socialmente deseables, aspectos en los que la administración cara a cara presenta ciertas desventajas.

#### **2.1.3.4 DIFERENTES TIPOS DE ADMINISTRACIÓN, ¿DIFERENTES TIPOS DE CONVERSACIÓN?**

Entender la incidencia de los diferentes tipos de administración en el desarrollo del

cuestionario y en las respuestas que los diferentes entrevistados elaboran a partir de las preguntas, no se puede limitar al registro de porcentajes de participación ni al recuento de cuantos entrevistados han optado por la opción «no lo sé», por citar algunos de los resultados que se acostumbran a exponer en los trabajos que intentan analizar los diferentes modos de administración. Evidentemente este tipo de información no es banal, como tampoco lo es el desear que la técnica de investigación que se utilice sea eficaz, fiable y en concordancia con el tipo de información que se desea trabajar; por tanto el conocer la proporción media de participación en los cuestionarios administrados por correo o por teléfono, tiene su importancia y su lógica. La preocupación no proviene de las investigaciones realizadas, sino que proviene de las investigaciones no realizadas.

Los estudios acerca de los diferentes modos de administración de un cuestionario se han centrado en los resultados y no en el proceso a partir del cual se manifiestan. Para entender en qué difiere un cuestionario administrado cara a cara y administrado por teléfono, se requiere entender inicialmente la naturaleza del cuestionario. Fundamentalmente podríamos decir que el cuestionario es de naturaleza lingüística, puesto que es el lenguaje lo que configura las preguntas y es el lenguaje lo que configura las respuestas, y es precisamente esta naturaleza la que en muchas ocasiones dificulta su comprensión, su acotamiento o su previsión. Desde este punto de vista el cuestionario, que ha sido el eje central de este capítulo, pierde en buena medida su protagonismo y lo cede al lenguaje y a su utilización. Podría pensarse que si entender la utilización del cuestionario como técnica de investigación depende del lenguaje, el problema es un problema menor, ya que el lenguaje es constitutivo del ser humano. ¿Acaso no se conocen las palabras que se utilizan?, ¿no es cierto que cada palabra tiene un significado o un abanico de significados conocidos?, ¿acaso no es a través del lenguaje que expresamos nuestras opiniones y no es a través del lenguaje por lo que accedemos a las opiniones de los demás?

No es difícil adivinar que las respuestas a estas preguntas no son obvias. Alrededor de la objetividad o la subjetividad del lenguaje se han escrito miles de páginas y se han producido importantes conversiones y reconversiones (por ejemplo podemos citar las obras de L. Wittgenstein: *Tractatus lógico-filosoficus* e *Investigaciones filosóficas*). Tampoco está exenta de polémica la capacidad del lenguaje, ¿debemos atribuir al lenguaje una capacidad reproductiva? lo que significaría que a través del lenguaje accedemos a la realidad, o, ¿debemos atribuir al lenguaje una capacidad productiva? lo que significaría que a través del lenguaje configuramos la realidad o una realidad. La expresión lingüística, ya sea oral (discurso) o escrita (texto), ¿puede tener un sólo significado o puede producir varios significados?. Esta diversidad en la aproximación al lenguaje se traslada en la

aproximación al cuestionario y nos sitúa en la incertidumbre en relación a que valor le debemos otorgar a la selección, por parte del/de la entrevistado/a, de una alternativa de respuesta leída por un/a entrevistador/a.

El uso del lenguaje en la administración del cuestionario también tiene una contribución en este estado de incertidumbre. Con el uso del lenguaje nos referimos a la forma que toma la administración del cuestionario; en muchos de los manuales sobre entrevista y cuestionario se refieren a la administración del cuestionario como si de una conversación se tratara (Converse & Schuman, 1974), buena parte de las recomendaciones al/a la entrevistador/a se refieren a la adopción de las formas comunes a una situación de conversación con el fin de que la interacción con el/la entrevistado/a sea lo más natural posible. Si analizamos la situación de administración de un cuestionario podemos observar que en dicha situación intervienen dos personas que previa presentación efectúan un intercambio de información a través de preguntas y respuestas, manteniendo unos ciertos turnos de intervención, una cierta regularidad de pausas, etc., aunque los problemas empiezan a aparecer si analizamos las intervenciones de cada uno de los participantes en dicha conversación. El/La entrevistador/a tiene pautadas sus intervenciones, tanto en la presentación e inicio del cuestionario como en su desarrollo. La presentación del cuestionario no puede presentar diferencias sustanciales (preferiblemente ninguna) de un/a entrevistado/a a otro/a, e igualmente las aclaraciones a las dudas que los entrevistados puedan manifestar se han de ceñir a la formulación de la pregunta y de sus alternativas de respuesta. Por su parte, el/la entrevistado/a se tiene que limitar, en la medida de lo posible, a las alternativas de respuesta ofrecidas por el/la entrevistador/a, en el caso de las preguntas cerradas, y a una respuesta relacionada exclusivamente con el enunciado de la pregunta, en el caso de las preguntas abiertas. Realmente esta forma de intercambio de información no se adecua a lo que normalmente se entiende por una conversación, en la que se supone que el contenido y la forma de participación viene determinada o pactada por los participantes en función de sus mutuos intereses; en el caso del cuestionario, el tema no emerge como fruto de las diferentes motivaciones, intereses o experiencias del/de la entrevistador/a y del/de la entrevistado/a, si no que es pactado a través de un agente externo que es el/la investigador/a o equipo de investigación, así como tampoco las formas son las que se adoptan como consecuencia de la espontaneidad o de la naturalidad de la conversación, así «el entrevistador es el administrador del investigador, y el entrevistado no es más que un punto en una muestra» (Schuman y Jordan, 1990). Desde este punto de vista, el planteamiento de conveniencia y las pautas a seguir entran en contradicción, puesto que éstas no permiten el desarrollo de una conversación.

La supuesta falacia del cuestionario, en tanto que elemento pretendidamente conversacional y la falta de adecuación de la elección de una alternativa de respuesta a la naturalidad lingüística, hace repensar la administración del cuestionario como una situación de intercambio lingüístico entendido como un comportamiento verbal, y no como un acto lingüístico elaborado a través del/de la entrevistador/a y del/de la entrevistado/a (Mishler, 1986). De hecho, lo que se debate son los presupuestos sobre los que se ha de basar la interpretación de los resultados de un cuestionario. La perspectiva tradicional parte del supuesto de que existen diferentes formas de pensar sobre las cosas, diferentes opiniones y el acceso a éstas se realiza a través de las preguntas que se pueden formular a las personas. Para poder establecer la existencia de diferentes opiniones y de su clasificación, el punto de partida que suscita su manifestación, es decir, la pregunta, ha de ser común a todas las personas preguntadas. En estas circunstancias, la pregunta ha de ser clara en relación al/a la investigador/a, puesto que es el elemento que le ha de permitir conocer lo que desea, y clara en relación al/a la entrevistado/a, puesto que su respuesta en relación a la pregunta se debe corresponder con lo que el/la investigador/a desea conocer. Durante este proceso se han de limitar y controlar, en la medida de lo posible, la incidencia de factores que puedan alterar esta sintonía entre lo que busca el/la investigador/a y lo que responde el/la entrevistado/a. Estos factores son los que inevitablemente forman parte de la técnica escogida para la investigación: la formulación de las preguntas y el/la entrevistador/a.

Todos o la mayor parte de los esfuerzos descritos anteriormente se dirigen a la detección de cómo y en qué medida estos factores intervienen en las respuestas, para posteriormente poder realizar una atribución de significado concordante con lo que quiere saber el/la investigador/a y lo que piensan las personas. Esta necesidad de control y el tipo de información con la que se quiere trabajar es lo que ha inducido a buscar un equilibrio permanente entre la rigurosidad del control, en cuanto a los resultados, y la naturalidad en cuanto al proceso de obtención de dichos resultados. Equilibrio que es calificado de ilusorio por la multidimensionalidad de significado del lenguaje y por la dinámica activa y generadora que supone una interacción entre dos personas.

La pregunta que subyace a la crítica de la utilización estandarizada del cuestionario es: ¿realmente las respuestas de las personas a las preguntas de un cuestionario reflejan lo que piensan en relación al tema propuesto? La respuesta dependerá de la presunta «localización» de las opiniones; si las opiniones son el resultado de una reflexión posterior o simultánea a la pregunta, es decir, emergen a través de las preguntas de un cuestionario y dependen básicamente de la persona entrevistada, la respuesta tenderá a ser afirmativa.

Por el contrario, si se piensa sobre las opiniones como un resultado que emerge a través de la interacción del que responde y del que pregunta, dando a la pregunta un valor meramente iniciático, la respuesta tenderá a ser negativa.

En la forma estandarizada del cuestionario se produce un desnivel en relación al significado. Para la persona que contesta las preguntas, el significado de éstas y de sus respuestas se debiera producir durante el desarrollo de la administración del cuestionario. Esta aspiración se ve truncada por la propia dinámica del cuestionario y del/de la entrevistador/a, puesto que para éste el significado carece de importancia o en todo caso queda pospuesto al análisis global de las respuestas. Esta dislocación del significado centra la interacción del/de la entrevistado/a no con el/la entrevistador/a, sino con el tema y como éste es presentado a través de las preguntas del cuestionario. El/La entrevistador/a pasa a ser un elemento con el que se mantiene una relación indirecta, puesto que pospone la elaboración del significado. ¿Quiere decir esto que las respuestas carecen de un valor social, quedando solamente como la manifestación de un comportamiento verbal? Responder afirmativamente a esta pregunta significa limitar muy seriamente la capacidad de abstracción de la persona y limitar el campo de producción y manifestación de lo social. Lo social, lo significativo ¿es sólo patrimonio de la producción discursiva?, La respuesta que podemos dar a esta pregunta es que, obviamente, no, que las respuestas a un cuestionario no se producen en el vacío social.

De cualquier manera, se ha de realizar una reconceptualización del cuestionario. No se puede pensar el cuestionario como un instrumento con el que se quiere, pero no se puede, recoger determinada información. La administración de un cuestionario no es una conversación cotidiana, de la misma forma que determinada situación en un contexto de experimentación de laboratorio no es una situación cotidiana, y tampoco se pretende lo contrario. La administración de un cuestionario es una situación con sus propias características que permite la obtención de una información lingüística no discursiva. Las características de esta situación vienen determinadas por el rol del/de la entrevistador/a y su relación indirecta con el/la entrevistado/a y con el tema, por la formulación de las preguntas y por la relación que el/la entrevistado/a establece con el tema a través del cuestionario.

## 2. 2 LA ENTREVISTA

### 2.2.1 INTRODUCCIÓN

En la mayor parte de las obras y textos dedicados al método de encuesta, aparece la entrevista como la técnica de investigación más utilizada en el entorno de las ciencias sociales y más concretamente en la sociología. Por ejemplo, Benney y Hughes (1956) afirmaban que la sociología se había convertido en la ciencia de la entrevista, dando a entender la gran extensión de su uso en la investigación y desarrollo de esta disciplina. Por supuesto, difícilmente podría decirse que la entrevista sea una técnica exclusiva de una disciplina de conocimiento, puesto que en su forma más general, es y ha sido utilizada por la sociología, por la psicología, por la antropología, por la psicología social, por el trabajo social, etc. Su uso extensivo e intensivo ha dado lugar a diversas formas más particulares de entrevista: la entrevista clínica, la entrevista médica, la entrevista de investigación, la entrevista de análisis de necesidades, la entrevista de selección de personal, etc., y no sólo en función de diferentes objetivos, sino que la entrevista se ha diversificado también en función de sus diferentes modos de aplicación o de formulación; en este sentido podemos ver referenciadas entrevistas no directivas, entrevistas en profundidad, entrevistas semiestructuradas, entrevistas intensivas, historias de vida, etc.

Igualmente, para dar fe de la importancia de la entrevista, se suele invocar la antigua tradición del ser humano en formular preguntas para conocer determinadas cosas de los otros, ya sea cantidad de personas en un determinado territorio (censo), ya sean opiniones, percepción de situaciones, etc. Fontana y Frey (1994) en su capítulo sobre la entrevista en el *Handbook of Qualitative Research*, dedican un breve espacio a la historia, donde resaltan desde el censo elaborado por los antiguos egipcios, la primera encuesta sistemática realizada por Ch. Booth en 1886 sobre las condiciones económicas y sociales de los habitantes de Londres, hasta el gran impulso del método de encuesta durante la Segunda Guerra Mundial en los Estados Unidos. Sin ánimo de polemizar en cuanto a referencias históricas, consideramos que cualquier capítulo en un *Handbook*, al margen de cualquier tendencia metodológica, si decide dedicar un apartado a la historia de la encuesta debe primar la rigurosidad frente a una tendencia sesgada de reescribir la historia. No se si Ch. Booth fue el primero en realizar una encuesta sistemática, pero K. Marx en 1880 ya publicó en la *Revue Socialiste* el *Cuestionario para obreros* donde estudió la situación de la clase obrera en Francia (referencia citada en *Libro de Trabajo del Sociólogo* de Colectivo de autores, 1988). En todo caso, la utilización más o menos sistemática del método de encuesta para

la obtención de un tipo de información, en la que se ven implicados los propios informantes en cuanto a su situación social y económica, parece datar de finales del siglo pasado, lo cual significa más de cien años de utilización del método de encuesta.

Durante este período de tiempo la entrevista parece haber demostrado su importancia como técnica de investigación, debido fundamentalmente al tipo de información que proporciona (información discursiva) y a como se proporciona (en situación de interacción, básicamente cara a cara). A pesar de ello, las explicaciones y referencias a la entrevista raramente se proporcionan en solitario, es decir, raramente se definen las excelencias de la entrevista por sí mismas, sino que se definen habitualmente en oposición al cuestionario. Cuando se habla de la entrevista, las referencias al cuestionario y a sus usuarios suelen ser negativas, si no despectivas, como por ejemplo las seleccionadas por Fontana y Frey (1994):<sup>7</sup>

«El nuevo énfasis en el trabajo cuantitativo fue obsesivo, llamándose a los nuevos practicantes 'quantofrénicos', con especial referencia a Stouffer y Lazardsfeld».

«Aquellos que están en el dominio de la inhibición metodológica rehuyen decir alguna cosa acerca de la sociedad moderna, a menos que no sea a través del molinillo del Ritual Estadístico.»

«(ellos son) buhoneros de relaciones sociales». (pp. 363)

Lo sintomático de este tipo de referencias no es que fácilmente se les pueda dar la vuelta, pudiéndose hallar obsesivos por el significado, o describir rituales litúrgicos discursivos, o tildar a «los otros» de urdidores de relaciones sociales, sino que no ayudan a la clarificación metodológica, antes bien, contribuyen a una sofisticación metodológica ilusoria que no sólo provoca militancias, sino que, al existir un imperativo metodológico, también excluye la posibilidad de que sea la aproximación teórica al problema que se quiera investigar, la que guíe el proceso de investigación juntamente con un desinterés por la definición de lo que se quiere estudiar. En todo caso, parece que la entrevista necesite elaborar su propia identidad, definiéndose por lo que no es respecto al cuestionario o a una práctica cuantitativa, y no por sus propias características metodológicas. Evidentemente esta situación no es fortuita, sino que muy posiblemente sea debida a la supuesta falta de elementos de científicidad tanto del proceso de la entrevista (escaso control sobre la situación de interacción), como de los resultados obtenidos (dificilmente cuantificables).

7

Citas extraídas por los autores de Converse (1987) *Survey Research in the United States: Roots and emergence 1890-1960*.

Otra forma de presentar y de caracterizar la entrevista es sometiéndola a una comparación de ventajas con respecto al cuestionario. Desde este punto de vista, lo que se intenta es presentar a la entrevista como a una rival del cuestionario (uno tiene aquí la tentación de interpretar la asignación de género a la entrevista y al cuestionario como una asignación en absoluto arbitraria), sin atender, en ocasiones, a la necesaria adecuación de objetivos de investigación e información. Esta forma de presentación la podemos ejemplificar con la comparación que realiza Gorden (1975) entre entrevista y cuestionario, en la que define a éste como una extensión de la entrevista y estableciendo, de forma excesivamente simplificada y errónea, la diferencia entre ambas técnicas solamente en el hecho de que en la entrevista, el/la entrevistador/a realiza las preguntas oralmente y en el cuestionario es el/la entrevistado/a el/la que las lee por sí mismo/a. Desde esta perspectiva, Gorden presenta las siguientes ventajas en la entrevista:

- I La entrevista proporciona más oportunidades de motivar al/a la entrevistado/a a proporcionar una información precisa y completa de forma inmediata.
- II La entrevista proporciona más oportunidades de guiar al/a la entrevistado/a en sus interpretaciones de las preguntas.
- III La entrevista proporciona una mayor flexibilidad en la formulación de las preguntas al/a la entrevistado/a.
- IV La entrevista proporciona un mayor control sobre la propia situación de entrevista.
- V La entrevista proporciona más oportunidades de evaluar la validez de la información, observando las manifestaciones no verbales del/de la entrevistado/a.

Y en relación al cuestionario, tan sólo indica:

- I La ventaja más obvia del cuestionario es su economía.

II Bajo ciertas condiciones, el cuestionario proporciona un cierto tipo de anonimato que no se proporciona en las entrevistas.

No vamos a discutir las ventajas presentadas por Gorden, aunque seguramente fijándonos en otros autores (p.e. Fowler, 1984; Fowler & Mangione, 1990) podríamos alargar la lista de ventajas del cuestionario, pero sí insistiremos en la forma de presentarlas, es decir, la necesidad de la comparación para demostrar las supuestas ventajas de la entrevista, pero solamente en relación al cuestionario. Aunque no siempre se presentan las características de la entrevista como resultado de una comparación. Mostyn (1985) presenta las características de ambas técnicas, dejando al lector que realice sus propias comparaciones; aunque curiosamente la autora no presenta las características bajo el título de entrevista y cuestionario, sino bajo el título de investigación cualitativa e investigación cuantitativa (pp.117):

	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA
<b>Muestra</b>	Grande, cientos o miles.	Pequeña, típicamente menos de 100.
<b>Amplitud</b>	Corto, menos de una hora para proporcionar las respuestas, habitualmente cortas y de múltiple elección.	Largo, más de una hora para dejar al/a la entrevistador/a ir más lejos de lo superficial con una variación de aproximaciones.
<b>Preguntas</b>	Seguir un formato fijado y el mismo para cada entrevistado/a.	Seguir las reacciones del entrevistado
<b>Objetivos</b>	Ejercicio de comprobación, cuánto, dónde y cuándo.	Ejercicio de aprendizaje, ¿qué sentimientos están asociados a X?
<b>Análisis</b>	Estadístico.	De contenido.
<b>Discusión</b>	Basada en estadísticos descriptivos y correlaciones.	Basada en teorías de la motivación.
<b>Fiabilidad y validez</b>	Se puede determinar siempre.	Raramente se puede determinar, debido a la naturaleza subjetiva del material de investigación.

Fuente: Mostyn, B. (1985). The content analysis of qualitative research data: a dynamic approach. En: M. Brenner; J. Brown & D. Canter (Eds.) *The research interview: Uses and approaches*. London: Academic Press, pp. 117.

El hecho de presentar con poco detalle las características de la entrevista, o de presentarlas en oposición al cuestionario, ha conllevado en buena medida una reificación particularista de supuestas variantes de la entrevista. Por ejemplo la entrevista intensiva o la entrevista en profundidad, que carecen de una definición o de una descripción rigurosa de lo que se entiende por intensivo o por profundo, o a una imagen de la entrevista en muchas ocasiones más simple y más natural de lo que en realidad es. Así, por ejemplo, podemos citar la definición que Taylor y Bogdan, (1986) realizan de las entrevistas en profundidad en tanto que método de investigación:

«Por entrevistas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal y como las expresan con sus propias palabras» (Taylor & Bogdan, 1986, pp. 101).

Inicialmente destacamos la concepción de la entrevista como método y no como técnica de investigación, debido muy posiblemente a una exaltación de la entrevista, puesto que en otros párrafos los autores se refieren a la entrevista como una herramienta. En cuanto a la definición, podemos destacar dos partes. Una primera que se refiere a los reiterados encuentros, que es donde suponemos que radica el sentido de denominación de profundidad a la entrevista, dando a entender que para obtener una información profunda es necesaria una insistencia a lo largo del tiempo y no en el procedimiento ni en la interacción; esta primera parte de la definición, implica que cualquier entrevista que se realice una sola vez sea superficial. La segunda parte se refiere al objetivo de la entrevista; en relación a este objetivo de comprensión de las perspectivas de los entrevistados expresadas con sus propias palabras, nos preguntamos qué técnica de investigación del método de encuesta no incluye este objetivo en su actuación (quedando incluido el cuestionario con las preguntas abiertas). Como puede observarse la profundidad parece dar cuenta solamente de hablar repetida e insistentemente con una persona.

Más generalmente, el término profundidad en la entrevista parece referirse a la no estructuración de la entrevista, con la esperanza de que la no intervención del/de la entrevistador/a en la elaboración discursiva permita la afloración de las opiniones desde las profundidades propias, idiosincráticas y muy posiblemente consideradas inconscientes del/de la entrevistado/a. Una concepción más operativa del concepto de profundidad es la que Avril (1964) cita tomando como fuente a Merton y Kendall: las respuestas en una entrevista se pueden situar en un continuo que oscila de menos profundo a más profundo, siendo las

respuestas menos profundas las que se refieren a descripciones o simples reacciones positivas o negativas y las respuestas más profundas las que se refieren a dimensiones vividas experiencialmente como los simbolismos, ansiedades, creencias, sentimientos... Una vez más nos encontramos con el problema de la atribución de significado a las respuestas dadas en función de una pregunta, considerando solamente válidas, es decir con auténtico contenido, las que pueden demostrar un referente objetivo, ya sea éste un «profundo» proceso de reflexión sobre el tema de la pregunta, ya sea este referente una experiencia vivida que haya marcado «profundamente» a la persona y haya inscrito y grabado sus consecuencias en relación a su comportamiento, de modo que podamos hallar un porqué más o menos directo a sus respuestas. Tendríamos cierta dificultad en calificar de superficial una actitud de desprecio hacia los inmigrantes de determinados países, por parte de un joven de clase media, habitante de una ciudad media cualquiera, aunque muy posiblemente la base de esta actitud no sea un profundo proceso de reflexión sobre la cuestión, ni sea consecuencia de una experiencia que haya marcado profundamente su historia vital. En este sentido abogamos por la desaparición de la denominación de entrevista en profundidad (y de sus variantes), puesto que esta denominación es en realidad genérica y no específica, ya que el/la investigador/a al utilizar cualquier técnica de investigación del método de encuesta, si intenta ser riguroso, debe tratar de abarcar lo más profundamente posible todos los aspectos relevantes en relación a sus objetivos de investigación.

La diversidad de la práctica metodológica de la entrevista, si bien puede ser pensada como un índice de fecundidad y de versatilidad (elementos apreciables en cualquier técnica de investigación), dificulta en cierta medida su clasificación. En este sentido, la taxonomía de las entrevistas se suele realizar desde la actuación del/de la entrevistador/a, constituyéndose éste como el eje central de la entrevista. Si bien el papel del/de la entrevistador/a es importante en el desarrollo de la entrevista, se produce un desplazamiento del centro de interés, que es la propia entrevista y sus objetivos, hacia uno de los componentes de la situación de interacción, en este caso el/la entrevistador/a. Desde este punto de vista, las entrevistas se clasifican en función de la mayor o menor directividad del/de la entrevistador/a, lo que constituye un enmascaramiento de los objetivos de la entrevista, confundiendo o solapándose la entrevista de investigación con la entrevista terapéutica. Una forma de soslayar este enmascaramiento es clasificar las entrevistas en función de quién toma la iniciativa de la entrevista, lo que nos sitúa en el mismo plano, pero en esta ocasión cambiando uno de los componentes de la situación de interacción, es decir, centrándose en el/la entrevistado/a. En este sentido, la clasificación de las entrevistas se realiza en función de quién es el/la que la solicita y quién es el/la beneficiario/a, (Blanchet

et al., 1989; Ghiglione & Matalon, 1989) y según los autores este hecho permite diferenciar a todas las entrevistas:

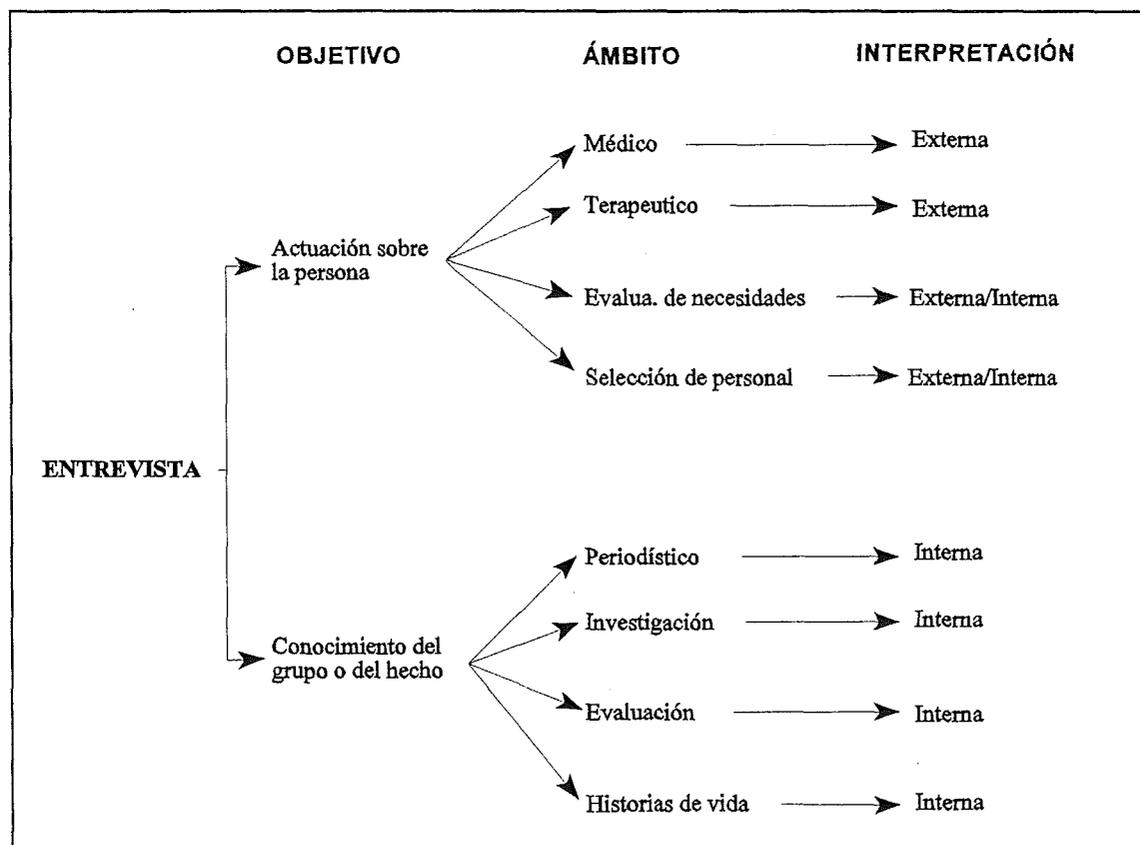
- a) Cuando el/la entrevistador/a es el/la que solicita el encuentro y es el/la que se beneficia de la información obtenida, se trata de entrevistas en las que la información se tratará con fines externos a la propia situación de entrevista: entrevistas periodísticas, interrogatorios de la policía, entrevistas de investigación, etc.
- b) Cuando el/la entrevistado/a es el/la que solicita el encuentro y es el/la que se beneficia de la información proporcionada, se trata de «consultas»: entrevistas médicas, terapéuticas, etc.

Son diferentes las implicaciones si la entrevista es solicitada por el/la propio/a entrevistador/a, lo que indicaría que se está interesado en una información que se utilizaría fuera del contexto de la entrevista, o si la entrevista es solicitada por el/la entrevistado/a, lo que indicaría una situación de consulta o en la proporción de una información para que sea utilizada en el mismo contexto de la entrevista. El problema de esta clasificación es doble; en primer lugar no siempre se puede establecer la relación de demanda de la entrevista y beneficio de la misma, como por ejemplo algunas de las entrevistas de servicios sociales, y en segundo lugar, y aunque esta clasificación nos conduce más próximamente a la propia entrevista y a sus características, seguimos desplazando el centro de interés, la propia entrevista, hacia alguno de los componentes que participan en su desarrollo.

Igualmente se pueden clasificar las entrevistas en función del contenido de la información, lo que daría lugar a entrevistas de diagnóstico y a entrevistas de información. Esta clasificación mantiene aisladas en una categoría las entrevistas médicas y las terapéuticas, y aglutina en una segunda categoría al resto de entrevistas, produciéndose una confusión en cuanto a los objetivos o consecuencias de la información obtenida en relación al/a la entrevistado/a. De esta forma, tenemos en una misma categoría las entrevistas de investigación, que en principio no pretenden ninguna consecuencia hacia el/la entrevistado/a, y las entrevistas de servicios sociales, las de orientación o las de selección de personal, que sí prevén consecuencias sobre el/la entrevistado/a. De lo que se trata en la clasificación es de ofrecer una ordenación lo más general posible para poder dar cabida

a las diversas particularidades, y que esta clasificación se centre ya no en el/la entrevistador/a o en el/la entrevistado/a sino en la propia entrevista. En este sentido proponemos una clasificación de las entrevistas en función de su objetivo.

Los objetivos de una entrevista pueden ser muy diversos, aunque la mayoría de ellos se pueden englobar en dos objetivos generales. Uno de ellos se refiere a cuando la entrevista persigue una actuación sobre la persona (o grupo) que proporciona la información, o bien cuando de la información proporcionada se deduce una consecuencia directa sobre la persona. Esta actuación puede ser fruto de un diagnóstico, como sería el caso de las entrevistas en el ámbito médico o en el ámbito terapéutico, o bien las consecuencias pueden ser fruto de la información proporcionada, como son las entrevistas en el ámbito del trabajo social o de los servicios sociales, o como en el caso de las entrevistas de selección de personal. En todos los casos, la persona entrevistada se constituye como objetivo ya sea diagnóstico, ya sea clasificatorio, sobre el cual se aplica una acción por parte del/de la propio/a entrevistador/a o por parte de la institución a la que el/la entrevistador/a representa.



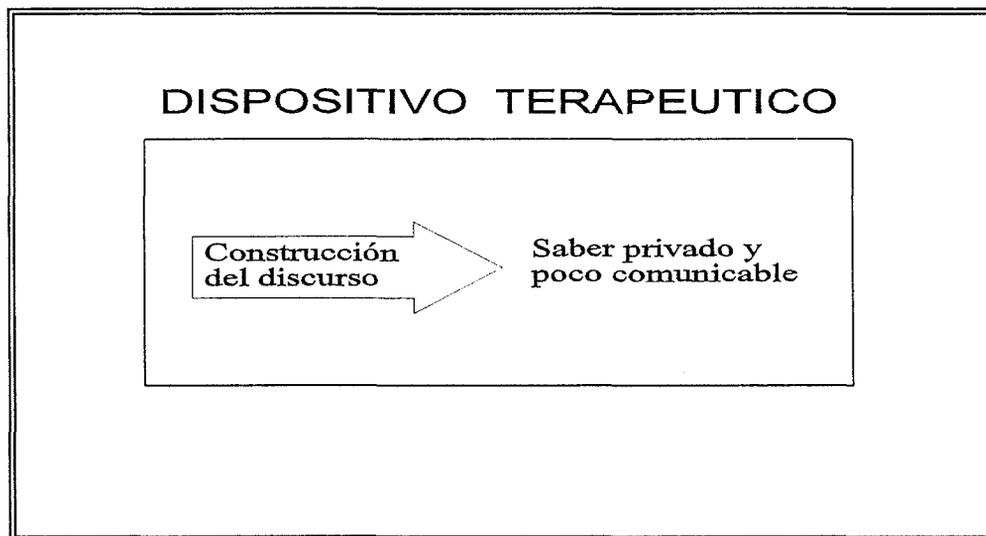
El segundo objetivo general se refiere a cuando la entrevista persigue conocer o elaborar un conocimiento ya no sobre el/la entrevistado/a, sino sobre el grupo (categoría social) al que el/la entrevistado/a pertenece, o bien sobre un hecho considerado relevante. En este caso el objetivo no es individualizar, como lo es cuando se elabora un diagnóstico, sino globalizar. Estos serían el caso de las entrevistas de investigación, de algunas entrevistas periodísticas (quedarían excluidas las que se centran sobre un personaje en concreto), de las historias de vida, etc.; en todas ellas la persona entrevistada no se constituye como objetivo sino como medio a través del cual se conoce o se elabora conocimiento.

En el cuadro anterior además del objetivo, aparecen diversos ámbitos y marcos de interpretación. El ámbito sirve para ejemplificar diversas entrevistas que comparten un mismo objetivo general, evidentemente los ámbitos que aparecen no son los únicos, sino que tan solo son una muestra. En cuanto a la interpretación, pretendemos reflejar una característica importante de las entrevistas que se ve afectada igualmente por el tipo de objetivo. Cuando la entrevista parte del objetivo de actuación sobre la persona, la interpretación de la información proporcionada por el/la entrevistado/a suele efectuarse a través de un marco externo a la propia entrevista, este sería el caso de la entrevista médica o de la entrevista terapéutica, en las que se aplican los criterios médicos o psicológicos que son los que definen el diagnóstico y la actuación. En el caso de las entrevistas de servicios sociales o de selección de personal, el marco de interpretación y de actuación queda definido por criterios externos (índices de habilidades sociales, carencias económicas, capacidad cognitiva, etc.), y por la propia actuación discursiva e interactiva de la persona entrevistada. En las entrevistas que parten del objetivo de conocimiento del grupo o del hecho, no se cuenta con un marco externo que dicte la consecución del objetivo, sino que dicho objetivo se consigue a través de la propia información de la entrevista.

La diferencia de esta clasificación con respecto a la clasificación basada en quién inicia o demanda la entrevista, es que en esta última quien inicia y quien se beneficia de la entrevista no siempre coinciden. Este es el caso de la entrevista de selección de personal en la que el/la entrevistado/a no pide ser seleccionado/a a través de una entrevista, sino que se presta a esta forma de selección de personal, en la que no siempre es beneficiario/a; o como es el caso de algunas de las entrevistas de servicios sociales, en las que en ocasiones es la institución la que demanda de la participación del/de la entrevistado/a, siendo éste/ésta teóricamente el/la beneficiario/a del resultado de la entrevista. Por el contrario, si nos centramos en los objetivos de la entrevista, creemos que conseguimos un marco más general en el que no se dan estas pequeñas contradicciones, y en el que se ofrece una clasificación

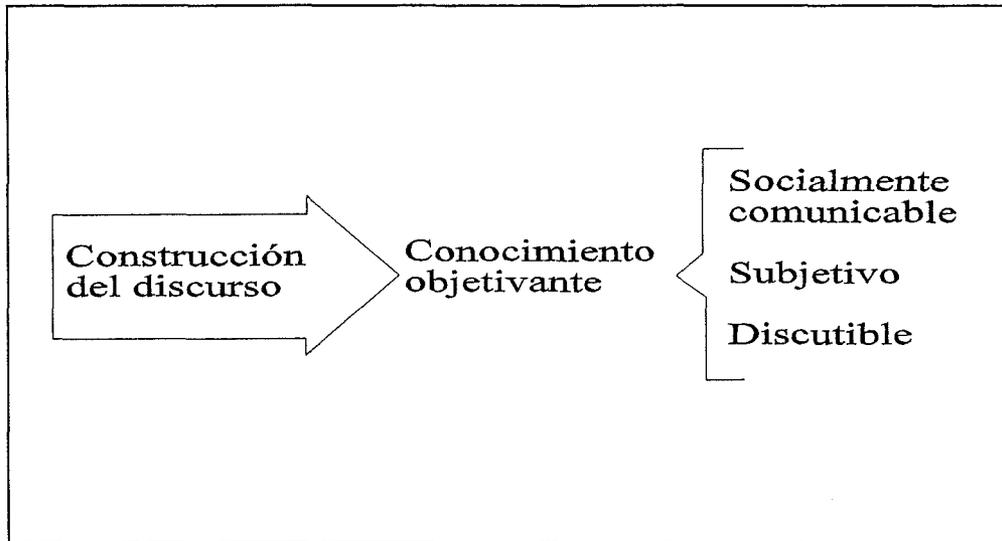
de entrevistas con un objetivo individualista o particularista, como son las entrevistas que tienen por objetivo la actuación sobre la persona o el grupo, y entrevistas con un objetivo de naturaleza social, como son las entrevistas que tienen como objetivo el conocimiento del grupo o del hecho.

Un último punto en relación a este tipo de clasificación se refiere a la distinción que es necesario de realizar entre la entrevista de investigación y la denominada entrevista clínica. Blanchet (1989) insiste en esta diferenciación, creemos que con razón, puesto que comparten objetivos distintos y opuestos y dinámicas distintas. Blanchet describe la entrevista clínica como una «entrevista que pretende ser mitad terapéutica, mitad investigación» (pp. 90) con lo que se incurre en una contradicción. En la entrevista terapéutica:



es el marco externo o dispositivo terapéutico el que condiciona la construcción de un determinado tipo de discurso con el objetivo de la elaboración de un saber privado que concierne al/a la entrevistado/a, poco comunicable y poco discutible, y que va a revertir a través del dispositivo terapéutico en el/la propio/a entrevistado/a.

Por el contrario en la entrevista de información:



la construcción del discurso en la entrevista tiene como meta la elaboración de un conocimiento objetivante, que tiene como características el ser socialmente comunicable, subjetivo y discutible, sin la mediación de ningún dispositivo externo.

Esta diferenciación es necesaria en la medida en que la incidencia de dinámicas propiamente terapéuticas ha sido notable en las formas en las que se puede desarrollar una entrevista de investigación, y nos referimos al grado de directividad por parte del/de la entrevistador/a. Si bien las entrevistas se pueden clasificar en función de sus objetivos, también se pueden clasificar teniendo en cuenta su dinámica de desarrollo. El contenido de las opiniones, la percepción de los hechos por parte de los otros, necesitan de un observador para ser recogidos y/o suscitados; este es el papel que inicialmente se atribuye al/a la entrevistador/a, aunque en esta ocasión el problema se sitúa en dos niveles:

- I Un primer nivel que es el que dictamina el grado de intervención del/de la entrevistador/a en la conducción y desarrollo de la entrevista. Este grado se sitúa en un continuo que oscila entre una intervención única y en el origen de la entrevista, mostrándonos una entrevista no directiva, hasta una intervención pautada y constante para un contenido específico previsto, lo que nos mostraría una entrevista totalmente directiva.

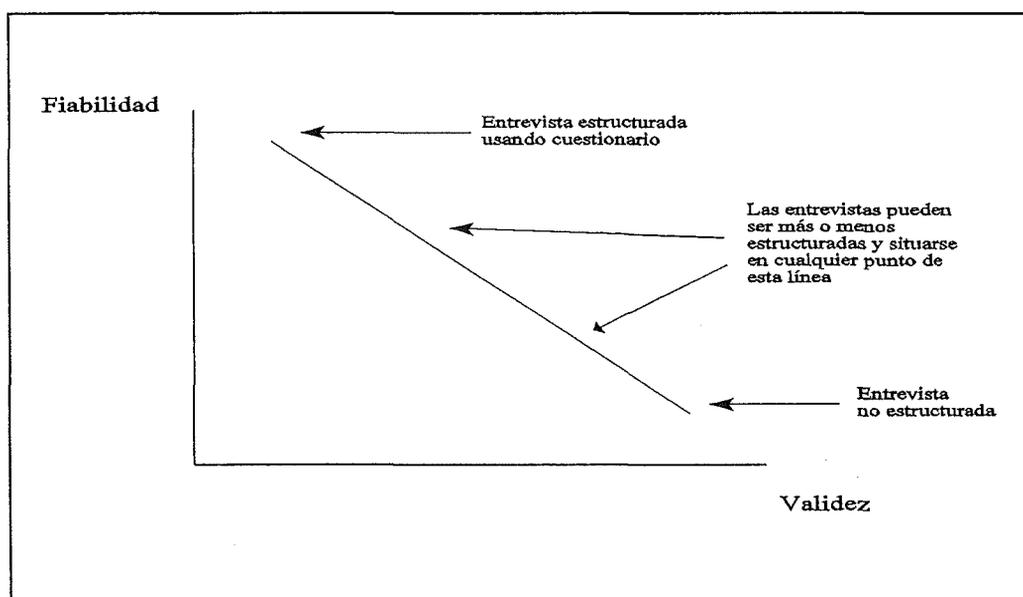
- II Un segundo nivel que es el que dictamina la estructuración del contenido temático a tratar en la entrevista, que igualmente refleja un continuo que oscila entre una estructuración nula, lo que nos situaría en una entrevista abierta o no estructurada, hasta una estructuración global en la que están previstas todas las preguntas necesarias para el desarrollo temático de la entrevista, lo que nos situaría en una entrevista cerrada o estructurada.

Evidentemente los dos niveles no son independientes, aunque tampoco existe una interdependencia absoluta, pues se puede plantear una entrevista semiestructurada en cuanto a su contenido, con una intervención no directiva del/de la entrevistador/a para cada apartado, o se puede plantear una entrevista no estructurada en cuanto al contenido, con una cierta directividad del/de la entrevistador/a. Inicialmente hemos optado por clasificar las entrevistas, desde el punto de vista de su forma, en relación a la estructuración de su contenido. El problema de la directividad del/de la entrevistador/a se verá tratado en un apartado posterior, por las implicaciones que conlleva. En cuanto a la estructuración del contenido, habitualmente se suelen establecer tres categorías:

- a) **Entrevista no estructurada.**- En este tipo de entrevista se suele partir de una pregunta inicial general, la misma para todos los entrevistados, que permite el planteamiento y la introducción al tema de la entrevista. A partir de ella el/la entrevistado/a puede realizar su propia estructuración del contenido, hablando de los diferentes aspectos que considere implicados en el momento y en la forma en que considere más conveniente.
- b) **Entrevista semiestructurada.**- Estas entrevistas cuentan generalmente con un guión temático que intenta asegurar un mínimo de aspectos que el/la investigador/a cree necesario que se traten a lo largo de la entrevista. En este caso, el/la entrevistador/a ha de plantear los contenidos temáticos previstos en el guión, adaptando este planteamiento al desarrollo de la entrevista y en función de lo que el/la entrevistado/a vaya elaborando. Esta semiestructuración no prescribe ni formas concretas de preguntas ni ningún orden de desarrollo temático.

- c) **Entrevista estructurada.**- Este tipo de entrevista cuenta con un plan de desarrollo previsto, es decir, cuenta con las preguntas que se han de formular y con el orden en que se han de formular. Habitualmente las preguntas son abiertas, dejando al/a la entrevistador/a que organice el contenido de sus respuestas.

Esta gradación de la estructuración de la entrevista refleja una característica importante de la entrevista, y es su versatilidad o grado de adaptación a lo que queremos investigar y a los entrevistados con los que hemos de tratar. Evidentemente, una mayor o menor estructuración ha de tener en cuenta algunos presupuestos metodológicos como son la fiabilidad y la validez, que aunque en el caso de la entrevista no son prescriptivos, sí es conveniente conocer.



Fuente: Langley, P. (1987) *Doing Social Research*. (pp. 24)

Tal y como se observa en el cuadro anterior, en las entrevistas estructuradas prima la fiabilidad, es decir, la precisión en la comparación de las respuestas de las diversas personas entrevistadas, y en las entrevistas no estructuradas se prima la validez, es decir, la proximidad de las respuestas a la estructura de contenido y a los puntos de vista propios de los entrevistados.

Si bien la clasificación de las entrevistas ayuda a hacerse una idea global y ordenada

del panorama y diversidad de las entrevistas, y si bien la fiabilidad y la validez son importantes en cuanto al uso y a la práctica de la entrevista, no cubren todos los presupuestos metodológicos que sería interesante de analizar. Nos estamos refiriendo concretamente a la pertinencia de la entrevista en tanto que técnica de investigación social, a la directividad o no directividad del/de la entrevistador/a, y al análisis de la producción discursiva de la entrevista.

## 2.2.2 LA ENTREVISTA COMO TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

La calificación de la entrevista como técnica de investigación social merece una justificación, y bien podría ser una justificación *ad hoc*, es decir, la entrevista es una técnica de investigación social porque la mayor parte, sino todas las ciencias sociales, la utilizan como tal, y por tanto algo de social tendrá la entrevista. Este planteamiento un tanto irónico no es más que un reflejo de las argumentaciones que se proporcionan para justificar la naturaleza social de la entrevista.

La pertinencia de la entrevista como técnica necesaria y suficiente en investigaciones que se plantean objetivos de naturaleza social, se fundamenta en que la entrevista es necesaria, puesto que es la técnica cuyo desarrollo mimetiza una situación y actividad que es común e imprescindible en la producción e intercambio del conocimiento social como es la conversación, y suficiente, puesto que es la única técnica que mimetiza la conversación lo más fidedignamente posible. Esta justificación ha conllevado que la validación metodológica de la entrevista, y su uso en tanto que técnica de investigación social, se realice en base a una o unas características materiales (entrevistador/a, entrevistado/a, comunicación...) que condicionan su puesta en escena, y no por su capacidad global en conseguir un objetivo determinado (Simonot, 1980). Cabe decir que en esta justificación se ha producido una controversia importante, y es precisamente la adecuación de la situación de interacción de la entrevista a una situación de intercambio de opiniones tal y como se produce en la realidad cotidiana.

Como objetivo genérico, podríamos decir que la entrevista intenta recoger las opiniones o sistemas de creencia de la gente de una forma lo más natural posible y lo menos condicionada posible por prescripciones metodológicas; pero contrariamente, como

objetivo metodológico, la expresión de estas opiniones o sistemas de creencias ha de ser recogida con el mínimo de injerencia por parte del/de la entrevistador/a. Esto produce una situación un tanto paradójica, y es que en el momento en que el desarrollo de la entrevista requiere de la intervención del/de la entrevistador/a como parte activa, manifestando su opinión o su punto de vista, es decir, atribuyendo significado a las palabras del/de la entrevistado/a para mantener la ilusión de la conversación, el/de la entrevistador/a ha de mostrarse neutro. No es posible, por lo tanto, aludir a la pertinencia de la entrevista como técnica de investigación social en base a una contradicción, aunque se crea que es sólo una contradicción de procedimiento, que no lo es. Esta convivencia de liberalidad de la situación de entrevista en relación al/a la entrevistado/a, y de cerrazón interactiva en relación al/a la entrevistador/a, no hace más que contribuir por una parte a la reificación del producto de la entrevista, trasladando en ocasiones la justificación de la pertinencia de la entrevista al conjunto de significados de la producción discursiva, con lo que entonces cobra todo su esplendor la comparación de la entrevista con el cuestionario; y por otra parte, ayuda al enmascaramiento de la caracterización propia de la entrevista.

En base a un objetivo genérico, la entrevista es definida en muchas ocasiones como «una conversación que tiene un objetivo» (Bingham & Moore, 1924), aunque la generalidad de esta definición -qué conversación no tiene un objetivo, podríamos preguntarnos- obliga a introducir algunas matizaciones con respecto a los integrantes de la conversación. Estas matizaciones provienen del campo terapéutico y más concretamente de las aportaciones de Carl R. Rogers, convirtiéndose la definición de entrevista en una conversación que tiene un objetivo y que implica la presencia de un/a profesional y de un sujeto, con lo que se establece la dinámica natural de la entrevista como conversación, y simultáneamente se hace referencia a su especificidad aludiendo al/a la profesional/a. Si bien es cierto que la alusión al/a la profesional tiene unas implicaciones y un objetivo, que es el de la no directividad y que no comentamos en este apartado, nos interesa su aportación en tanto que proporciona un encuadre de la entrevista fuera de la simple conversación, y sitúa la entrevista en un nivel diferente de contenido.

En definitiva, se alude a la naturaleza social de la entrevista a través de su puesta en escena, es decir, en tanto que conversación es una situación de interacción, y por lo tanto es una situación social en la que incurren todos los determinantes sociales de los procesos de intercambio verbal y de interacción psicosocial (Simonot, 1980). Uno de los problemas de esta justificación es, tal y como hemos planteado en la clasificación de las entrevistas, que se pueden describir entrevistas que a pesar de mantener esta puesta en escena típicamente social, como las entrevistas médicas, terapéuticas, de análisis de necesidades,

etc., sus objetivos no son constitutivos de una naturaleza social, sino al contrario, sus objetivos son de naturaleza individual o particularista. Esta focalización de la naturaleza social de la entrevista en sí misma, obedece más a una exaltación de la situación de entrevista que a un análisis de las implicaciones de la entrevista en tanto que técnica de investigación social.

Simonot (1980) realiza una definición de entrevista poniendo el énfasis más que en la dinámica de la entrevista, en su objetivo. Aunque la definición hace referencia a la entrevista no estructurada, consideramos que es una definición válida para la entrevista y muy especialmente para la entrevista de investigación. Según Simonot la entrevista «es una técnica utilizada en el marco de una investigación en la que el objetivo es el estudio de la lógica de las relaciones que las personas interrogadas elaboran, en tanto que individualidades psicosociales, con un problema, una situación, etc.» (pp. 158). El autor destaca tres elementos de la definición: *relación, lógica e individualidades psicosociales*.

En la definición de entrevista se da la impresión de una división entre el sujeto de la entrevista y el problema o la situación. Si realmente fuera así, esta división no provocaría otra cosa que una simplificación de la situación de entrevista. Desde esta perspectiva, cada entrevistado/a sería seleccionado/a en tanto que elemento representativo de una cultura o de un grupo al que perteneciese, siendo un/a portador/a pasivo/a de actitudes, reglas sociales, representaciones, etc. En este sentido, el/la entrevistado/a es útil como individuo perteneciente a un entorno social y cultural, ha interiorizado y aprendido las reglas de comportamiento y los aspectos simbólicos, y por tanto es apto para reflejarlas en la entrevista, constituyendo junto con otros entrevistados el corpus que reflejaría el conjunto de representaciones, normas, valores y actitudes representativas de su entorno social. El problema es que esta perspectiva es útil y se adecúa a la dinámica del cuestionario y no de la entrevista; en el cuestionario no se busca que las personas «elaboren» su relación con el tema planteado, se busca que «muestren» esta relación con el tema, y es en base a este objetivo que toma sentido el que las preguntas del cuestionario sean abiertas o cerradas, su estructura, su orden, las cuestiones de muestreo y el análisis estadístico de los datos.

Al contrario, desde la perspectiva de la definición de entrevista se entiende que el problema, la situación o el tema de la entrevista es una realidad psicológica y social para el propio sujeto de la entrevista, es decir, para su individualidad psicosocial. Tema y sujeto no son dos realidades diferentes e independientes, sino que la persona forma, conforma y participa de las diferentes realidades, y es precisamente la forma de la entrevista la que permite que el/la entrevistado/a elabore su relación con el tema en el marco de la entrevista y traslade su participación en un entorno preparado para que se pueda poner de manifiesto

la estructura de esta relación.

La división que aparece en la definición no es más que un reflejo de la propia situación de entrevista. Hemos de tener en cuenta que la situación de entrevista representa una ocasión inhabitual para el/la entrevistado/a, en la que se presta a hablar durante un período de tiempo generalmente largo y con unas implicaciones que no son precisamente características de su experiencia cotidiana. En realidad es una situación artificial, pero esto es característico de la entrevista, puesto que ésta, como muchas de las técnicas de investigación social, «crea su propia situación de investigación», situación en la que el/la entrevistado/a es puesto en una posición metodológica definida por el/la entrevistador/a, situación en la que va a hablar según unas reglas controladas por el/la entrevistador/a y sobre un tema establecido por el/la entrevistador/a, con lo que se plantea un escenario un tanto extraño, en el que se pretende poner de manifiesto la realidad psicosocial del tema para el/la entrevistado/a, pero sin dejar que el/la entrevistado/a forme parte de la definición de la situación.

Esta división inicial se mantiene en relación al producto de la entrevista. La información proporcionada por el/la entrevistado/a será utilizada de forma diferente a quien la ha manifestado, es decir, la información extraída por el/la entrevistador/a no es la misma que la información dada por el/la entrevistado/a, la extracción de la información supone una actividad de análisis y de interpretación por parte del/de la entrevistador/a (Blanchet et al., 1989).

Esta actividad de interpretación, que implica la comprensión y la reformulación de la relación que el/la entrevistado/a muestra con respecto al tema, nos lleva a considerar también a la entrevista «como un trabajo de construcción de la realidad por el propio entrevistador» (Simonot, 1980). Este trabajo está centrado en la objetivación de la lógica de la relación del/de la entrevistado/a con el tema, objetivación destinada principalmente a la elaboración de un marco interpretativo del discurso del/de la entrevistado/a, y es aquí donde se establece fundamentalmente la distinción de la entrevista y el cuestionario.

En el cuestionario, el marco interpretativo se elabora a posteriori de las respuestas de las personas encuestadas y a través de las correspondencias y/o diferencias de éstas a través de la muestra. En la entrevista, el marco de interpretación se elabora simultáneamente con las respuestas de los entrevistados para intentar, a través -que sea «a través» y no «mediante la adición de» es lo más importante- del conjunto de entrevistas, dar con una estructura lógica que permita dar cuenta de las generalidades y particularidades de las relaciones que se establecen con el tema planteado.

Finalmente, la noción de individualidad psicosocial tiene la intención de huir de una

concepción de la sociedad en términos de yuxtaposición de individuos. Al contrario, la intervención del/de la entrevistado/a en la entrevista, en tanto que técnica de investigación social, se considera como una individualidad a la vez psicológica y social, y es a través de esta consideración que la objetivación de su lógica de relación con el tema se constituye como el objetivo de la entrevista.

### 2.2.3 LA NO DIRECTIVIDAD DEL/DE LA ENTREVISTADOR/A

La naturalidad y la espontaneidad son conceptos que siempre han planeado sobre la entrevista. Son conceptos que suelen considerarse como relacionados con el/la entrevistado/a, y a menudo han sido y son utilizados como características idiosincráticas de la entrevista frente a otras características del cuestionario, como son los enunciados estandarizados de las preguntas o las alternativas de respuesta, que se supone que configuran una relación no natural y que coartan la espontaneidad en las respuestas del/de la encuestado/a. Pero en la entrevista de investigación, la espontaneidad fundamentalmente, no depende exclusivamente de la ausencia de enunciados fijos de preguntas ni de alternativas de respuesta prefijadas, también depende de la iniciativa y actividad del/de la entrevistador/a.

Conviene destacar que la incidencia del/de la entrevistador/a en la entrevista viene marcada por dos factores interrelacionados. Uno se refiere al grado de estructuración del contenido interrogativo de la entrevista, de modo que cuanto mayor sea el grado de estructuración, es decir, cuanto mayor sea la estandarización del contenido a preguntar a lo largo de la entrevista, mayor será la incidencia del/de la entrevistador/a, en cuanto que dicha estructuración le obliga a marcar la pauta del contenido sobre el que el/la entrevistado/a habla. El segundo factor se refiere a la forma en que se realiza la intervención del/de la entrevistador/a, que puede oscilar desde la mera presentación del tema de la entrevista, hasta una intervención más sistemática dirigida a la reconducción del tema, a aumentar y/o clarificar las argumentaciones del/de la entrevistado/a, a socavar más información, etc.

En líneas generales, la naturalidad y la espontaneidad van asociadas a las condiciones de la entrevista no estructurada y a la intervención no directiva del/de la entrevistador/a, por suponerse que es en estas condiciones que el/la entrevistado/a puede

manifestar sus opiniones, actitudes, etc., libre de la injerencia del instrumento (la entrevista y su estructura de contenido) y libre de la injerencia del mediador (el/la entrevistador/a y sus circunstancias). De la conjunción de las dos condiciones, la no estructuración del contenido queda como una mera alternativa formal frente al cuestionario, siendo la directividad o no directividad del/de la entrevistador/a el factor que pasa a ser predominante, muy posiblemente debido al enorme interés manifestado en la búsqueda, detección y control del sesgo que el/la entrevistador/a puede introducir en la entrevista. La aproximación a la dinámica y papel del/de la entrevistador/a transcurre por dos caminos que aparentemente son diferentes en cuanto a las explicaciones que formulan y en cuanto a las consecuencias, pero que versan sobre lo mismo, esto es, sobre la actitud del/de la entrevistador/a en la entrevista.

La aproximación clásica en la dinámica del/de la entrevistador/a proviene fundamentalmente de la sociología y de la psicología social, y gira alrededor del concepto de neutralidad. La mayoría de artículos y recopilaciones de la entrevista desde esta aproximación (Dexter, 1956; Brenner, 1985; Cannell & Kahn, 1964, 1979; Gorden, 1975; Richardson, Dohrenwend & Klein, 1965...) enfatizan la sistematización del rol del/de la entrevistador/a como un agente dinamizador, tanto de las relaciones que se establezcan entre entrevistador/a y entrevistado/a como de la motivación y encauzamiento de las respuestas del/de la entrevistado/a. Desde esta perspectiva, el/la entrevistador/a es un agente activo en el desarrollo de la entrevista y tiene asignadas una serie de tareas tales como enunciar correctamente las preguntas, clarificar las respuestas del/de la entrevistado/a, asegurarse que el contenido de las respuestas se adecúa a lo que es requerido por las preguntas, etc. Para esto el/la entrevistador/a necesita de un proceso de aprendizaje y entrenamiento para el buen desarrollo de su rol y del control de su actividad, con el objetivo de minimizar su influencia en las repuestas de los entrevistados, es decir, para intentar mantener su actuación dentro de unos márgenes razonables de neutralidad y de actividad. Esta aproximación de la dinámica del/de la entrevistador/a tiene como objetivo asegurar, dentro de lo posible, una buena calidad de los datos recogidos en las entrevistas, y en ningún momento pretende fundamentar en la actuación del/de la entrevistador/a la validez metodológica de la entrevista como técnica de investigación.

La segunda aproximación también podría definirse como clásica, aunque en esta ocasión el origen no se sitúa en el ámbito social, sino en el ámbito terapéutico, y gira alrededor del concepto de ayuda. También presenta otra diferencia, y es que si la anterior aproximación proviene de una o unas disciplinas, esta aproximación terapéutica se centra alrededor de una sola persona: Carl R. Rogers. Este autor, antiguo seminarista y finalmente

psicoterapeuta, sitúa todo su interés en la potencialidad interior de la persona, sosteniendo que quien mejor conoce a una persona, sus problemas y las vías de solución, es ella misma, dejando a la psicoterapia el papel de ayuda a la persona en la manifestación de esta potencialidad interior.

Esta aproximación intimista y psicoanalítica<sup>8</sup> lleva al autor a un cierto mesianismo y a proponer esta clave de lectura e interpretación a casi todos los ámbitos posibles de relación entre personas: la educación, la psicoterapia, la familia, la comunicación grupal, etc., llegando a formular (aunque provisionalmente) una ley general de las relaciones interpersonales (Rogers, 1972) No es extraño pues, que trasladase igualmente esta concepción al ámbito de la investigación social (Rogers, 1945). El papel de ayuda que Rogers otorga a la psicoterapia se describe como asesoramiento centrado en el cliente o asesoramiento no directivo, y radica en permitir que sea el propio cliente el que explore sus problemas en la forma que considere conveniente y no haciendo nada que pueda incitar sus defensas. En esta dinámica, el papel del asesor es «análogo al de un catalizador más que a un reactor químico» (Rogers, 1945. pp. 279) y se convierte en un «espejo verbal» que posibilita al cliente una visión más clara de sí mismo, indicando al mismo tiempo que ha sido profundamente entendido por un asesor que no ha evaluado ni sus actitudes ni a él mismo.

La aplicación de esta dinámica de entrevista en la investigación social es considerada sorprendentemente fecunda por Rogers, quien afirma que con la secuencia de expresión de los problemas de lo más superficial a lo más profundo se consigue una expresión de actitudes seleccionadas por el/la propio/a entrevistado/a y en las que el/la entrevistador/a no ha hecho nada para sesgarlas; en la entrevista no ha habido preguntas que guíen un interrogatorio, ni ha habido ninguna evaluación por parte del/de la entrevistador/a, lo que significa que el material obtenido es «químicamente puro» (Rogers, 1945, pp. 280).

La primera aplicación de esta «técnica» en la investigación social correspondió a la *Survey Division* cuando ésta estaba a cargo de R. Likert, en plena segunda guerra mundial. Según Rogers, esta aplicación fue fructífera y provechosa al permitir determinar no sólo las actitudes superficiales de la gente acerca de los problemas de la guerra, sino que también permitió agrupar las actitudes personales más profundas. No discutiremos las apreciaciones de Rogers acerca de esta aplicación, pero tampoco olvidemos que Likert perdió en su lucha y rivalidad con la *Polling Division* que trabajaba con cuestionarios y preguntas cerradas,

---

<sup>8</sup> En la actualidad, probablemente fruto de los avatares de la memoria colectiva, algunos defensores de la psicología humanista, no reconocen ningún origen ni derivación psicoanalítica en las proposiciones de Rogers, sin embargo cualquier aproximación mínimamente cercana a las fuentes históricas nos demuestra todo lo contrario.

como ya hemos explicado anteriormente..

La aproximación no directiva de la entrevista en la investigación social experimentó, a partir de la década de los años 60, una cierta proliferación por lo que suponía de autonomía y libertad en relación al/a la entrevistado/a y por el rol de revelador y no de agente de transformación del/de la entrevistador/a (Kandel, 1972). Esto permitía anular los efectos no deseados del sesgo del/de la entrevistador/a, y permitía una justificación metodológica de la entrevista en tanto que, mediante la no directividad, se podía acceder a las actitudes verdaderas o profundas de la persona.

Las críticas a la entrevista no directiva no se hicieron esperar. Truax (1966) analizó una serie de entrevistas realizadas por Rogers, partiendo de la hipótesis de que las mínimas intervenciones del terapeuta (interjecciones, murmullos, etc.) representan un refuerzo e influyen el discurso del sujeto y que no son efectuadas al azar. En efecto, sus análisis muestran que Rogers prima de forma sistemática:

- ▶ La claridad de expresión.
- ▶ Los indicios de una buena comprensión del sujeto sobre sí mismo, y sobretodo,
- ▶ Los efectos de aculturación, es decir, el hecho de que el sujeto se exprese en el mismo lenguaje y adopte el mismo cuadro de referencia del psicoterapeuta. (citado por Kandel, 1972, pp. 32).

A la crítica del ideal de la no directividad como un catalizador capaz de producir un material «químicamente puro», se le puede sumar la crítica de la mimetización de un procedimiento sin tener en cuenta ni sus bases, ni sus consecuencias en el ámbito de la investigación social. La actitud de no directividad del/de la entrevistador/a en una situación terapéutica, no se puede traspasar sin más a una situación de investigación social sin perder de vista los objetivos diferentes que se persiguen, mediante la entrevista, en ambas situaciones. La entrevista terapéutica tiene como objetivo una actuación sobre la persona, con lo que supone de individualización y de privatización; así mismo el marco de interpretación de la entrevista terapéutica es externo a la propia situación y producción de la entrevista.

La entrevista de investigación tiene como objetivo el conocimiento del grupo con un marco de interpretación interno, a partir de la propia situación y producción de la

entrevista. El transvase meramente formal de la no directividad del campo terapéutico al campo de investigación supone una práctica de individualización en la entrevista de investigación social. La propia dinámica de no directividad supone una actividad permanente de reenvío del/de la entrevistado/a a sí mismo, supone un repliegue y, a menudo, un enquistamiento del/de la entrevistado/a sobre su problema o reflexión (Kandel, 1972). Según Liliane Kandel, «que los psicólogos clínicos y psicosociólogos se hayan convertido, al menos en sus prácticas, en especialistas de la exploración, dentro de un diálogo singular, de problemas *privados*, de la *vida privada*, no es un accidente (pp. 42). La autora va más allá en sus críticas, que podrían ser aplicadas más que al método de encuesta en general, a los que pretenden disfrazar la utilización del método de encuesta ya sea bajo el objetivo de una aplicación para solucionar determinado problema, ya sea bajo el objetivo de análisis discursivo de construcción y deconstrucción de realidades: «... una acción *ejemplar* (como el movimiento del 22 de marzo de 1968 en París) es más eficaz que tres años de psicoterapia, o que 500 páginas de encuesta para descubrir el conjunto de una situación, y para *desbloquear* la palabra - y la acción - de los individuos sobre sus vidas...» (pp. 43).

Una vez puestas de manifiesto las limitaciones e implicaciones de la no directividad en la entrevista, ¿se ha de renunciar a una sistematización de la dinámica del/de la entrevistador/a en la situación de entrevista?. La respuesta a esta pregunta es lo que ha guiado un conjunto de investigaciones destinadas a evaluar qué efectos producen en el discurso de los entrevistados las diferentes intervenciones que un/a entrevistador/a puede efectuar a lo largo de la entrevista, investigaciones realizadas bajo el prisma de la comunicación como contrato.

#### 2.2.4 EL CONTRATO DE COMUNICACIÓN

Ya hemos visto que el ámbito terapéutico no proporciona un marco adecuado para el estudio y sistematización de la actuación del/de la entrevistador/a en el desarrollo de la entrevista. Tampoco la fundamentación en las prácticas sociales de sentido común parecen suficientes para establecer unas pautas de comportamiento del/de la entrevistador/a, ni para entender y prever los efectos que sus intervenciones puedan tener en el discurso del/de la entrevistado/a. Hace falta un marco más amplio y más acorde con la naturaleza lingüística de la entrevista, como puede serlo el que nos proporciona el ámbito de la comunicación. A

lo largo de los apartados anteriores hemos hecho referencia, en relación a la entrevista, a su aparente similitud con la conversación, a su inscripción en la metodología cualitativa, a sus peculiaridades en relación al cuestionario, etc. Todos estos aspectos tienen un punto en común, el lenguaje, y más precisamente la posibilidad de que el/la entrevistado/a, con el lenguaje, se exprese con un discurso lineal. Pero en la entrevista no sólo existe el lenguaje del/de la entrevistado/a, sino que la entrevista plantea una situación de interacción, en la que el/la entrevistador/a interviene explicando el objetivo de la entrevista, cuales son las condiciones en las que ésta se va a desarrollar, plantea el tema de la entrevista, acota, pregunta, resume, etc. En definitiva, la entrevista no es un monólogo del/de la entrevistado/a, sino que peculiarmente, representa una situación de intercambio de información, de diálogo; en suma, representa una situación de comunicación entre entrevistador/a y entrevistado/a, situación que es de prever que afecte o se relacione en alguna medida con el discurso del/de la entrevistado/a. Blanchet (1989) plantea el siguiente esquema para ejemplificar los elementos que intervienen en esta situación comunicativa que es la entrevista:

$$(((E \eta I) \eta C) \eta S)$$

E.- Entrevistado/a I.- Entrevistador/a C.- Contrato de comunicación  
S.- Situación social  $\eta$ .- en relación con

Blanchet concibe la entrevista como un dispositivo en el que el/la entrevistador/a y el/la entrevistado/a construyen conjuntamente un discurso enunciado principalmente por el/la entrevistado/a, pero que está constituido también por las intervenciones del/de la entrevistador/a. La interacción discursiva entre entrevistado/a y entrevistador/a se establece en relación a un contrato de comunicación que pauta y contextualiza las diferentes intervenciones, estando todo ello situado en un contexto o situación social constituido por «las características económicas, sociales, culturales, profesionales, de edad, de sexo etc.» (Blanchet, 1989, pp. 97). Estas características, aunque puedan ser pensadas como características externas a la entrevista, existen e intervienen solamente cuando son consideradas relevantes por el/la entrevistador/a, el/la entrevistado/a o por ambos. Lo importante a resaltar de este esquema es la aparición de la construcción conjunta por parte

del/de la entrevistador/a y del/de la entrevistado/a del discurso de la entrevista, construcción contextualizada por lo que se ha denominado contrato de comunicación.

Ghiglione (1989) plantea que toda situación de comunicación entre personas conduce a la construcción conjunta de un mundo referencial de acciones, actos, significados etc., y que esta construcción no se produce a no ser que se respeten unos principios básicos que permitan el intercambio comunicativo y unas reglas que lo rijan, es decir, el intercambio comunicativo y la construcción conjunta solo se puede dar si existe un contrato que posibilite y reglamente dicho intercambio. Los principios básicos que se han de respetar son:

**Principio de pertinencia**, que permite a las personas presentes reconocerse como interlocutores potenciales, esto es, que se asigne al otro (y viceversa) una serie de competencias lingüísticas, pragmáticas y sociales.

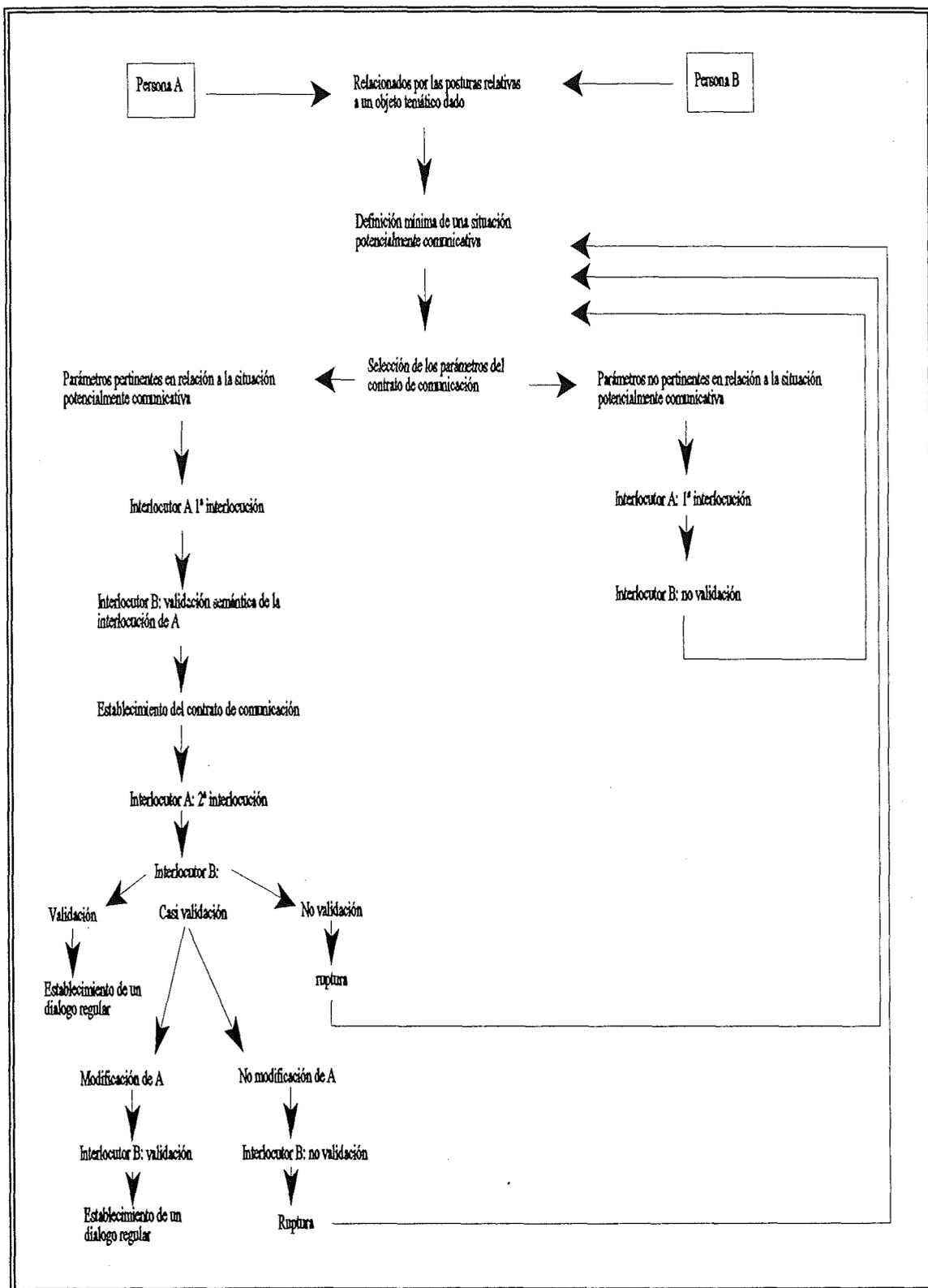
**Principio de coherencia**, que permite a los interlocutores atribuirse mutuamente unos saberes comunes y organizaciones semejantes de dichos saberes, con lo que puedan establecer unas lógicas compatibles (considerar que los mundos referenciales presentan similitudes).

**Principio de reciprocidad**, que permite a cada interlocutor el derecho a la palabra y participar en la construcción de la referencia.

**Principio de influencia**, que permite aceptar el juego interlocutor como un juego que supone unas consecuencias, donde una de las características comunes es la tentativa de influir sobre el otro, implicando:

- un principio de cooperación, y
- un conjunto de reglas situacionales y discursivas.

El respeto de estos principios implica que una situación potencialmente comunicativa se establezca como una situación de comunicación si los elementos que conducen a los comportamientos comunicativos se consideran pertinentes en relación a lo que los actores (interlocutores) definen y negocian en un momento determinado (Ghiglione 1984a). La puesta en escena del contrato de comunicación, su validación o su ruptura, queda reflejado en el siguiente esquema (Ghiglione, 1984b):



El anterior esquema refleja las posibles opciones que se pueden dar desde que se define mínimamente una situación potencialmente comunicativa (establecimiento de la relación, definición del objeto temático sobre el que se va a tratar...) hasta el establecimiento de un diálogo regular. Desde el inicio hasta la consecución del diálogo, se establece una situación dinámica en la que los dos interlocutores van negociando la pertinencia de sus intervenciones en base a la situación general definida previamente, y siguiendo los principios básicos que permitan la interacción comunicativa. Que en el esquema aparezca un punto de inicio y un final con la consecución del diálogo regular, no significa que el contrato quede establecido de forma inalterable, sino que a lo largo del diálogo, en las diferentes intervenciones de los interlocutores, se puede ir produciendo una renegociación del contrato de forma que no se vea truncada la regularidad del diálogo, o bien puede conllevar a una redefinición inicial si se produce una ruptura de las condiciones que han sido establecidas en relación al contrato. Ghiglione (1989) pone un ejemplo de una situación que puede reflejar la construcción conjunta por parte de dos interlocutores de un mundo referencial a través de la puesta en marcha del contrato de negociación; el ejemplo se sitúa en una sesión de trabajo en la que un profesor italiano dialoga con otro profesor acerca del análisis de los discursos políticos:

*«Profesor A:* Berlinguer engaña.

*Profesor B:* No, no es cierto. Berlinguer no engaña (con ira).

*Profesor A:* Bien, de acuerdo; engañar no es la palabra exacta. Digamos que existe un enmascaramiento.

*Profesor B:* No, no hay enmascaramiento... En fin... ¿A qué llamas tú enmascaramiento?

*Profesor A:* El enmascaramiento no tiene ninguna connotación moral, es un término puramente técnico.

*Profesor B:* Admitámoslo, pero ¿cómo lo defines?

*Profesor A:* Para mí, enmascaramiento significa el desplazamiento de un agente en el lugar del argumento dentro del modelo argumentativo efectuado.

*Profesor B:* ¡Ah! Estoy plenamente de acuerdo». ( Ghiglione, 1989, pp. 148).

Según Ghiglione, se pueden destacar tres etapas en las que se puede detectar una negociación relativa a una construcción de referencia. Una primera en la que existe una calificación negativa que provoca una invalidación de la afirmación. Una segunda en la que se produce una atenuación de la calificación y que provoca inicialmente una nueva negativa, para posteriormente establecer las bases de una negociación referencial. Finalmente, una tercera etapa en la que se transforma el calificativo inicial en una técnica retórica que

provoca una validación y la construcción del referente.

Pero ¿cómo se relaciona el contrato de comunicación con la actuación del/de la entrevistador/a en la entrevista?. Blanchet (1991) y Ghiglione (1986) establecen que una entrevista de investigación está constituida por un contrato de comunicación particular que constituye las referencias de creencias comunes de los interlocutores y que estos, a lo largo del intercambio conversacional, validan y refuerzan el contrato a través de los discursos específicos. El discurso específico del/de la entrevistador/a está constituido por un modo de intervención denominado de activación (relance) y que definirá las características y el funcionamiento de la interlocución. El discurso específico del/de la entrevistado/a está constituido aparentemente por las características de linealidad y estructuración. Linealidad por que tiende a ser continuo, coherente y aparentemente no interrumpido por las intervenciones del/de la entrevistador/a. Estructurado porque tiende a responder a sus propias cuestiones y a elaborar su producción bajo la estimulación de las activaciones del/de la entrevistador/a. De esta forma se produce un cuadro contractual en el que el/la entrevistador/a es el que inicia y garantiza su desarrollo, y que se constituye por un juego de activaciones que producen un cierto tipo de discurso co-construido por ambos interlocutores (Blanchet, 1991).

Desde esta perspectiva, el/la entrevistador/a es el/la que inicia y define el contrato de comunicación, explicando el objetivo y contenido temático de la entrevista y el modo en que ésta se va a efectuar, estableciendo de esta forma un nivel de pertinencia del discurso que se va a producir (Blanchet, 1989). En esta situación, el/la entrevistado/a debe de elaborar un discurso pertinente y relacionado con la temática propuesta, pero sin tener la posibilidad de poder validar directamente la construcción del referente con su interlocutor. La particularidad de esta situación produce un proceso de interpretación por parte del/de la entrevistado/a de las intervenciones del/de la entrevistador/a, para poder regular y ajustar sus discurso en relación a los términos iniciales del contrato.

#### 2.2.4.1 INTERVENCIONES DEL/DE LA ENTREVISTADOR/A

Las intervenciones del/de la entrevistador/a se pueden agrupar en dos grandes categorías. Una primera categoría que serían las *consignas* constituida por las instrucciones iniciales que determinan el tema de la entrevista. Una segunda categoría que englobaría los *comentarios*, es decir, las observaciones, preguntas, indicaciones, etc., que subrayan las

palabras del/de la entrevistado/a. Es en esta última categoría donde se centra mayoritariamente la labor de interpretación del/de la entrevistado/a, en la medida que la mayoría de los comentarios del/de la entrevistador/a tienen como objeto el discurso del/de la entrevistado/a. Según Blanchet (1983, 1986, 1988a, 1988b), las intervenciones-comentarios del/de la entrevistador/a pueden distinguirse según dos criterios:

- I El acto del lenguaje llevado a cabo por el/la entrevistador/a.
- II La instancia discursiva buscada.

El cruce de ambos criterios proporciona el sistema de intervenciones-comentarios que el/la entrevistador/a puede efectuar generalmente a lo largo de la entrevista:

		Tipo de acto de lenguaje		
		<i>Declaración</i>	<i>Interrogación</i>	<i>Reiteración</i>
Tipo de instancia discursiva	<i>Modal</i>	Interpretación	Pregunta sobre la actitud	Reflejo
	<i>Referencial</i>	Complementación	Pregunta sobre el contenido	Eco

Los actos de lenguaje que puede llevar a cabo el/la entrevistador/a pueden ser:

a) *Una declaración:*

Un acto a través del que el/la entrevistador/a traslada al/a la entrevistado/a su punto de vista, desde luego referido al discurso del/de la entrevistado/a, ya que la manifestación del punto de vista personal del/de la entrevistador/a representaría una contradicción con el contrato inicial.

b) *Una interrogación:*

Un acto por el que el/la entrevistador/a incita al/a la entrevistado/a a responder una pregunta.

c) *Una reiteración:*

Un acto por el que el/la entrevistador/a asume, repitiéndolo, un punto de vista enunciado por el/la entrevistado/a.

La instancia discursiva que se busca remite a la construcción de las proposiciones lingüísticas que representan la unidad de sentido del discurso. En este sentido, la comunicación de un pensamiento implica una representación de la referencia y una operación psíquica que el que habla realiza sobre dicha representación (Blanchet, 1989):

1) *Registro referencial:*

Definido como la instancia discursiva de identificación y definición del objeto del que se habla.

2) *Registro modal:*

Definido como la instancia discursiva que traduce la actitud del locutor respecto de la referencia.

Para ejemplificar las intervenciones que aparecen en el cuadro anterior, tomemos una parte de una entrevista realizada con el objeto de estudiar las imágenes y opiniones de los padres acerca de la educación:

«La educación es el orden en que se han de respetar las personas... como yo lo veo puedes tener mucha cultura pero sin educación te sirve de poco».

En el ejemplo citado se pueden localizar dos proposiciones, una primera en el registro referencial en el que se define la educación, y una segunda en el registro modal en la que se expresa el punto de vista del/de la entrevistado/a. En relación a las intervenciones que podría efectuar el/la entrevistador/a:

- **Complementación:**

Intervención que añade un elemento de identificación del enunciado del/de la entrevistado/a. Son o bien síntesis parciales: «*la educación te ayuda a respetar a los demás*», o bien inferencias: «*la educación y la cultura son cosas diferentes*».

**- Interpretaciones:**

Toda intervención que pretende expresar una actitud del/de la entrevistado/a no explicitada: «*Usted piensa que la educación es más importante que la cultura*».

**- Pregunta sobre el contenido:**

Intervención de modo interrogativo, que solicita una identificación suplementaria de la referencia: «*¿Hay personas cultas que no son educadas?*».

**- Pregunta sobre la actitud:**

Intervención de modo interrogativo que solicita una identificación de la actitud proposicional del/de la entrevistado/a: «*¿Cree usted que cultura y educación han de ser complementarias?*».

**- Eco:**

Intervención que repite o reformula uno o varios enunciados referenciales del discurso del/de la entrevistado/a: «*la cultura sin educación te sirve de poco*».

**- Reflejo:**

Intervención que repite o reformula, con un prefijo modal, uno o varios enunciados del discurso del/de la entrevistado/a: «*Usted piensa que la cultura sin educación sirve de poco*».

Cada una de estas intervenciones tiene unos efectos sobre el discurso del/de la entrevistado/a, en función de la interpretación que éste efectúe de la intervención del/de la entrevistador/a en relación a las bases iniciales del contrato de comunicación establecido. Así, las complementaciones suscitan una «relación intersubjetiva» basada en la cooperación de ambos interlocutores para producir el mejor discurso posible, esto es, el más coherente y el más completo. La complementación produce un discurso sostenido en función de su exhaustividad.

Las interpretaciones son percibidas casi siempre por el/la entrevistado/a como un control sobre su discurso, en la medida que suponen un transvase de la propiedad (del/de la entrevistado/a al/a la entrevistador/a) del sentido de lo que se ha dicho. Estas

interpretaciones del/de la entrevistador/a provocan unos efectos de consentimiento o de resistencia en el/la entrevistado/a en función de la congruencia del contenido de la interpretación con lo dicho por el/la entrevistado/a. Blanchet (1989) establece los siguientes efectos:

- I Las interpretaciones congruentes son en general validadas por el/la entrevistado/a y tienden a orientar el discurso hacia el registro modal, es decir, el/la entrevistado/a tiende a producir un discurso que expresa sus actitudes respecto a la referencia.
  
- II Las interpretaciones incongruentes obligan al/a la entrevistado/a a restablecer una cierta coherencia en su discurso, con lo que tiende a producirse una versión modificada de los acontecimientos hablados. Es frecuente, según el autor, que el/la entrevistado/a adopte en estos casos un vocabulario de especialista (términos psicológicos, términos sociológicos, etc.).

Las interrogaciones tienen como función centrarse en aspectos concretos integrados en la temática hablada por el/la entrevistado/a, aunque una dosis masiva de interrogaciones puede llegar a perturbar el desarrollo del discurso lineal del/de la entrevistado/a, ya que de esta forma se elabora un proceso de comunicación no concordante con el contrato inicial. En este momento el/la entrevistado/a espera la interrogación del/de la entrevistador/a, traspasando así la responsabilidad de la enunciación de los contenidos.

Las intervenciones del/de la entrevistador/a que repiten algo que acaba de ser dicho por el/de la entrevistado/a tienden a manifestar que se ha entendido y comprendido, al mismo tiempo que representa una selección del conjunto del discurso subrayando su importancia. Igualmente que en las interrogaciones, la utilización sistemática del eco puede resultar ofensiva para el/la entrevistado/a pudiendo producir resistencias o consentimientos. Las reiteraciones que reflejan la actitud del/de la entrevistado/a, como el reflejo, suponen una relativización del enunciado del/de la entrevistado/a en relación a su sinceridad. En respuesta al reflejo, el/la entrevistado/a se referirá más a su posición personal, y elaborará un discurso con más cantidad de verbos y adverbios modales, es decir, elaborará un discurso más centrado en su propio pensamiento. En la interpretación de la intervención de reflejo del/de la entrevistador/a, el/la entrevistado/a tiende a entender que el objeto de dialogo pasa a ser su acto de pensamiento y orienta su discurso hacia la expresión de sus

pensamientos.

Podemos ver como las intervenciones del/de la entrevistador/a no son «inocuas» en si mismas, sino que tienen unos efectos sobre la elaboración discursiva del/de la entrevistado/a, efectos que son fruto de las interpretaciones del/de la entrevistado/a sobre las intervenciones del/de la entrevistador/a en base a los elementos iniciales del contrato de comunicación establecido en el inicio de la interacción entre ambos interlocutores. Es así como toma sentido el hecho de afirmar que el/de la entrevistador/a y el/la entrevistado/a construyen conjuntamente un discurso enunciado principalmente por el/la entrevistado/a, pero que está constituido también por las intervenciones del/de la entrevistador/a.

III

## INVESTIGACIONES EMPÍRICAS

## 3.1 HIPÓTESIS Y JUSTIFICACIÓN DE LAS INVESTIGACIONES

### 3.1.1 JUSTIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

La mayor parte de la investigación sobre el método de encuesta se ha centrado en dos perspectivas. Una, quizás la más clásica, elabora un planteamiento de la situación de encuesta en términos de relación directa entre estímulos (léase preguntas) y conductas (léase respuestas). Esta perspectiva de investigación tiene, en realidad, pocas implicaciones teóricas en relación al método de encuesta, puesto que se limita simplemente a centrar su interés en elementos observables y objetivables a los que poder atribuir la responsabilidad de las variaciones que se puedan efectuar en las respuestas a diversas preguntas. Estos elementos observables son, supuestamente, los desencadenantes y condicionantes de las respuestas, esto es, las propias preguntas y quién las realiza. De este modo, se supone que una respuesta es el resultado del contenido concreto y preciso de una pregunta y que si se efectúa alguna variación en la pregunta, la respuesta variará en consecuencia. Aunque la pregunta no es la única responsable de la respuesta, quien realiza la pregunta también aporta determinadas características que pueden condicionar el tipo de respuesta que se puede efectuar. Desde este planteamiento, las investigaciones sobre el método de encuesta se han dedicado a determinar qué variaciones en las preguntas y qué variaciones en las características del/de la entrevistador/a provocan qué efectos en las respuestas.

Los resultados obtenidos desde esta perspectiva de investigación, lógicamente, no son concluyentes, es decir, no se ha podido establecer una lista precisa de equivalencias entre variaciones y efectos ya que los resultados, en muchas de las ocasiones, no han sido estables. Esta circunstancia ha obligado a efectuar múltiples variaciones y a alargar la lista de los posibles elementos observables y concretos que pueden incidir sobre las respuestas, como por ejemplo: el orden de las preguntas, el orden de las alternativas de respuesta, el uso de antónimos en el enunciado de las preguntas, la introducción de «no lo sé» como alternativa de respuesta, la introducción de argumentos en las alternativas de respuesta, la longitud de los enunciados, etc. Estas variaciones también han afectado a las características sociodemográficas del/de la entrevistador/a y al modo de administración del cuestionario, llegándose a estudiar elementos tan insólitos como, por ejemplo, la incidencia del tipo de sellos utilizado en el franqueo del sobre de devolución del cuestionario en el porcentaje de respuestas, o bien la incidencia del sexo del/de la investigador/a en los cuestionarios por

correo.

Sacados fuera de contexto, estos estudios pueden parecer ridículos y anecdóticos, el problema es que anecdóticos no lo son, puesto que son el resultado de una frecuente aproximación clásicamente positivista, que reduce la problemática del método de encuesta a elementos circunstanciales pero objetivos.

La segunda perspectiva en la investigación sobre el método de encuesta supone el establecimiento de una cierta distancia de la dependencia de las respuestas en relación a las posibles variaciones de las preguntas y de otros elementos. Esta perspectiva, más cognitivista, centra más su atención en el valor dado a la respuesta, es decir, que las variaciones en las respuestas no serán tan debidas a la formulación de las preguntas como a la estabilidad argumentativa y a la solidez actitudinal de las personas que responden. De esta forma, si se realiza una pregunta a una persona que no tenga una opinión suficientemente elaborada acerca del tema o que no manifieste una actitud definida acerca del mismo, ésta se verá más afectada por la formulación concreta de las preguntas y menos por la opinión y la actitud de la persona, en la medida que sus respuestas dependerán básicamente de la información incluida en la pregunta y de las circunstancias que la acompañan, como por ejemplo, las características del/de la entrevistador/a y el contexto del cuestionario. Con la misma pregunta dirigida a una persona con una opinión más elaborada o una actitud más sólida, se supone que la formulación concreta de la pregunta afectará en un grado menor su respuesta, ya que ésta se relacionará más con la opinión o la actitud que con la formulación de la pregunta.

Uno de los problemas de esta perspectiva es que, por un lado, la mayor parte de las veces, previamente no se conoce la elaboración de las opiniones, ni la solidez de las actitudes; y por otro lado, que los estudios de esta relación se han fundamentado en presupuestos peyorativos (clasistas, racistas, etc.), como por ejemplo, el suponer que personas de un determinado nivel socioeconómico, o de un determinado color de piel, o de un determinado nivel educativo no cuentan con opiniones elaboradas, ni actitudes sólidas. Lógicamente, los resultados de estas investigaciones tampoco han presentado una estabilidad como para asegurar esta dependencia. Otro de los problemas de esta perspectiva es que plantea la incertidumbre del valor otorgado a las respuestas, es decir, en qué medida dependen las respuestas de la opinión de la persona que ha contestado, y en qué medida dependen de la formulación y contexto de las preguntas.

Tanto desde una perspectiva como de otra, la investigación del método de encuesta ha contado básicamente con una óptica centrada en el individuo como emisor de respuestas, o, si se prefiere como reactor a ciertos estímulos, pero en ningún caso como actor ni como interactor. Esto representa que los elementos fundamentales del método de encuesta se han

localizado en el propio instrumento, en la persona que formula las preguntas y en la persona que las responde, dejando de lado el ámbito de interacción que supone el desarrollo de cualquier técnica de encuesta. Aunque esto no significa que la interacción no se haya tenido en cuenta. En efecto, la interacción se ha tenido en cuenta, pero de una forma digamos que naturalista o ingenua, es decir, la interacción en el método de encuesta se trata básicamente desde un enfoque conversacional. La mayor parte de las recomendaciones sobre la dinámica de encuesta tratan de que ésta se asimile lo máximo posible al desarrollo de una conversación, pero esta asimilación se refiere más a las formas que al contenido, puesto que las propias características de la encuesta imposibilitan que ésta se asemeje realmente a una conversación. Esta imposibilidad se debe a que en la encuesta no existe un diálogo entre los interlocutores, sino que se trata tan sólo de una situación en la que existe un intercambio lingüístico formal, pero sin que se otorgue por ambas partes significado o significados a los discursos que se hayan ido elaborando a lo largo de la interacción. Por elaboración de significados entendemos la interpretación que ambos interlocutores realizan de los respectivos discursos, dando cuenta de esta forma de cómo se ha entendido lo que se ha dicho y del valor que se le otorga en el contexto de la interacción.

En la situación de encuesta la elaboración del significado de lo que se dice en las respuestas no se produce durante el desarrollo de la interacción, sino que se pospone al momento en el que el/la investigador/a realiza la interpretación de las respuestas, momento en el que los encuestados están ausentes. Lo que supone esta desubicación de la elaboración del significado es básicamente una relocalización de los puntos de significación en la interlocución. Si la persona con la que se está interactuando no participa de la elaboración de los significados con la misma intensidad e implicaciones, el/la encuestado/a pasará a establecer él/ella mismo/a la elaboración del significado en base a los elementos de que pueda disponer en función del contexto y de la situación de interlocución. En función de la interacción, estos elementos serán: el tema propuesto para la encuesta, la relación que la persona supone que el/la interlocutor/a establece con el tema propuesto y las relaciones más indirectas de la persona con el/la interlocutor/a y con el tema.

En la entrevista de investigación participan todos los determinantes sociales de intercambio verbal y de interacción psicosocial, y, aunque no sean estos determinantes los que definan plenamente la naturaleza social de la entrevista, sí que cobran importancia en relación a su desarrollo. La entrevista se define en función del estudio de la lógica de las relaciones que las personas interrogadas elaboran con el tema propuesto. Esta elaboración de las relaciones de los entrevistados con el tema propuesto no se produce con un/a interlocutor/a activo/a, sino que en el caso de la entrevista, el interlocutor centra su participación discursiva en intentar que la persona elabore un discurso pertinente, en el que



Dentro del método de encuesta, la entrevista es la técnica de investigación que proporciona la posibilidad de una interacción más directa entre la persona y el/la interlocutor/a, o en la que hay una menor incidencia del propio instrumento en la dinámica de interlocución. La entrevista posibilita la expresión discursiva continua de la persona entrevistada y, en líneas generales, ofrece un cierto margen de maniobrabilidad al/ a la interlocutor/a en el desarrollo de la misma.

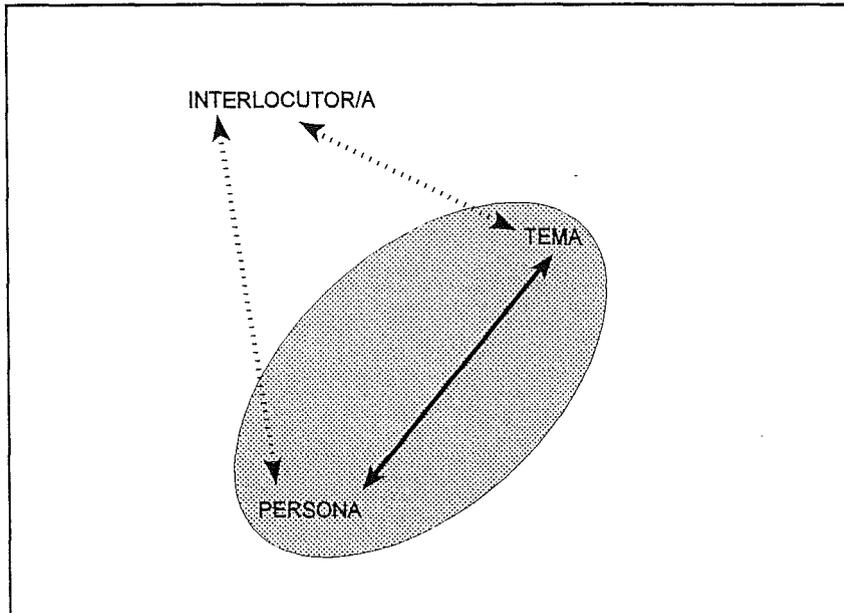
En este sentido, la dependencia de la persona entrevistada para participar en la situación de entrevista se centra fundamentalmente en el eje de relación interlocutor/a - tema, ya que es el único punto que le permite una contrastación de sus opiniones y al mismo tiempo dar salida a un contacto más personal, en la medida que la entrevista, en cuanto a forma, es la que más se asemeja a una situación de conversación.

Por otro lado, el cuestionario como técnica de investigación del método de encuesta, mediatiza en mucho mayor grado la interacción entre la persona y el/la interlocutor/a. En el caso de la administración de un cuestionario de forma entrevistada, el contenido discursivo del/de la interlocutor/a está pautado y limitado básicamente a los enunciados de las preguntas y, en el caso de preguntas cerradas, a las alternativas de respuesta. Igualmente, la producción discursiva de la persona encuestada está orientada por las preguntas formuladas por el/la interlocutor/a y, en el caso de preguntas cerradas, centrada en las alternativas de respuesta.

Así pues, en el cuestionario entrevistado, la interacción entre interlocutor/a y persona encuestada cuenta con una única dimensión fundamental, que es la relación que la persona muestra con el tema. Las otras dimensiones de interacción, como la de la persona con el/la interlocutor/a, y la del/de la interlocutor/a con el tema de la encuesta, desaparecen, básicamente porque el/la interlocutor/a se configura como un/a mero/a lector/a y transmisor/a de enunciados, hecho que imposibilita una relación accesible de la persona encuestada, y porque el cuestionario se establece como el único elemento que vehicula la interacción. En esta situación, la relación del/de la interlocutor/a con el tema del cuestionario deja de ser una fuente a través de la cual la persona encuestada pueda contrastar sus opiniones, siendo la única fuente de contraste la propia relación, conjunto de creencias u opiniones de la persona encuestada acerca del tema y de las preguntas del cuestionario.

En la medida que la figura del/de la interlocutor/a sigue estando presente, puesto que es él/ella el/la que formula las preguntas y el/la que recoge las respuestas, la relación de la persona encuestada con el/la interlocutor/a sigue siendo un elemento a considerar, aunque de forma indirecta, al igual que también se considera de forma indirecta la relación del/de la interlocutor/a con el tema. La siguiente figura ilustra la dimensión de relación relevante

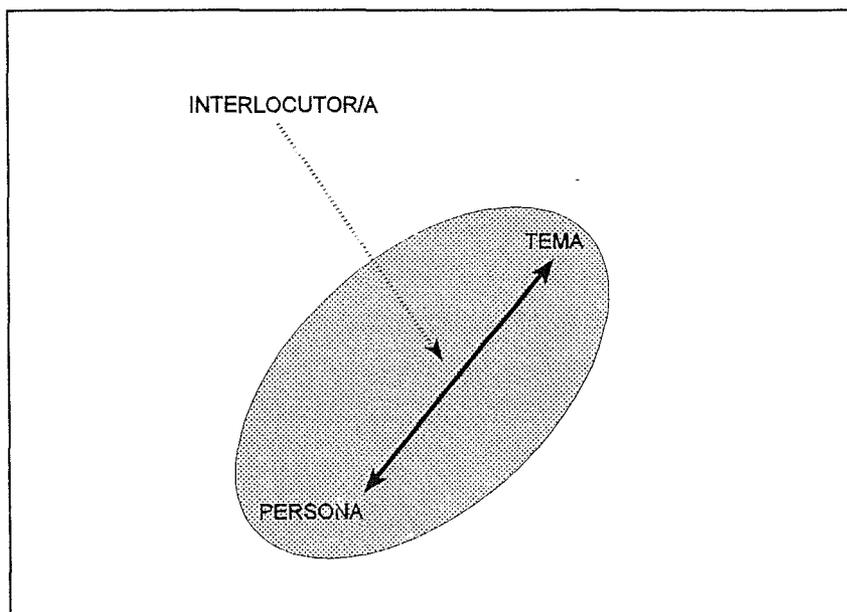
en una situación de cuestionario entrevistado y los ejes de relación sobre los que la persona entrevistada contrasta o evalúa su producción discursiva:



Esquema de relaciones directas e indirectas de la persona entrevistada en una situación de cuestionario entrevistado.

Por último, queda la situación de interacción que se produce en relación al cuestionario autoadministrado. En esta forma de administración del cuestionario, la interacción del/de la interlocutor/a con la persona encuestada se limita a la entrega y recogida del cuestionario y a la explicación de alguna duda que la persona encuestada pueda tener en relación a las preguntas y alternativas de respuesta del cuestionario. Si con el cuestionario entrevistado la figura del/de la interlocutor/a perdía relevancia en el contexto de interacción por depender del cuestionario, en el cuestionario autoadministrado la figura del/de la interlocutor/a pierde prácticamente toda su importancia, siendo un punto de referencia indirecto. La dimensión fundamental y única que guía a la persona encuestada son sus opiniones y conjuntos de creencias y el referente concreto del cuestionario. En esta situación no existe la relación de la persona con el/la interlocutor/a, puesto que éste/ésta ni tan siquiera participa en la formulación de las preguntas ni en la anotación de las respuestas, al menos directamente. La única incidencia del/de la interlocutor/a en esta condición es la posible suposición, por parte de la persona encuestada, de la relación que el/la interlocutor/a piense que se establezca entre el tema y quien contesta las preguntas del cuestionario. Como puede verse en la siguiente figura, en la situación de interacción con cuestionario

autoadministrado el eje directo de relación persona - interlocutor/a, y el eje de relación interlocutor/a - tema desaparecen, quedando tan sólo relevantes una dimensión y un eje de relación de la persona con el tema del cuestionario:



Esquema de relaciones directas e indirectas de la persona entrevistada en una situación de cuestionario autoadministrado

En la exposición general de las hipótesis se han consolidado cuatro elementos fundamentales en la situación de interacción de encuesta, esto es, la persona encuestada, el/la interlocutor/a con el que la persona encuestada entra en contacto para el desarrollo de la encuesta, la propia situación de interacción condicionada por la técnica de investigación que se utiliza y su forma de administración, y finalmente, el objeto sobre el cual va a ser preguntada la persona encuestada. Estos cuatro elementos estructuran un entramado de interacciones que es el que hemos ido exponiendo hasta ahora, pero ¿cómo se concretiza esta red de interacciones más allá de un planteamiento teórico genérico?. Pasemos a considerar la concretización de cada elemento separadamente, aunque, obviamente esta separación no es más que una forma de exposición.

Hemos sostenido reiteradamente que el aislamiento de los factores personales del/de la entrevistador/a (interlocutor/a) y de la persona entrevistada es un aislamiento producto de una concepción individualizante instrumentalista de la investigación sobre el método de encuesta. Que esta investigación haya sido realizada en su mayor parte por sociólogos o por

psicólogos sociales no debe ser ningún motivo de duda acerca del individualismo teórico y metodológico que ha caracterizado este tipo de investigación. Factores como el sexo, la etnia, o la clase social del/de la encuestado/a, son factores individuales si se consideran aisladamente, fuera del contexto significativo en el que producen, cobran y expresan sentido a una situación dada. No es por ello extraño que todas las tentativas de una clasificación sistemática del/de la entrevistado/a hayan caído en la desgracia de no encontrar efectos estables ni sistemáticos.

Dentro de los aspectos que han sido estudiados en lo concerniente a la relación entre interlocutor/a y entrevistado/a, orientaremos nuestro trabajo a la cuestión que en la teoría clásica del método de encuesta ha sido planteada en términos de sexo del entrevistador/a o bien de sexo del entrevistado/a, pero de forma independiente. Una perspectiva que a nuestro modo ver necesita una reconceptualización importante.

En efecto, las ciencias sociales actuales (desde la sociología hasta la psicología pasando por la antropología o la psicología social) han evidenciado claramente que el sexo es un elemento biológico individual que no tiene excesivo sentido considerarlo desde una perspectiva social. Nos estamos refiriendo, por supuesto, a la diferenciación entre género y sexo, diferenciación que comenzó a introducirse con fuerza en las ciencias sociales durante los años 80 a partir de proposiciones feministas (Caplan, 1987; Collier & Yanagisako, 1987; Moore, 1990; Showalter, 1989; Stolcke, 1992, para una visión general y en diferentes ámbitos de la cuestión).

Es cierto que el empuje feminista ha tenido consecuencias importantes en las ciencias sociales (sobretudo en la antropología y la sociología y en menor medida en la psicología y la psicología social), de modo que es bastante extraño encontrar la palabra sexo en las publicaciones actuales. Así, en el dominio de la psicología social, por ejemplo, ya no se trata tanto de esquemas sexuales como de esquemas de género (p. ej.: Aube & Koestner, 1992; Crane & Markus, 1982; Frable, 1989; Katz, Silvern & Coultier, 1990; Lafleur & Alain, 1992; Larsen & Seidman, 1986; Markus et al., 1982; Spence & Helmreich, 1981), de emociones sexuales como de emociones de género (p. ej.: Shields, 1991) de estereotipos sexuales como de estereotipos de género (p. ej.: Archer, 1990; Biernat, 1991; Eagly & Steffen, 1984; Fabbes & Martin, 1991; Futoran & Wyer, 1986; Hofman & Hurst, 1990; Lorenzi-Cioldi, 1991) de identidad sexual como de identidad de género (Barbera & Mayor, 1989; Echebarría, 1992; Livson, 1983), de creencias sexuales como de creencias de género (p. ej.: Breakwell, 1990; Davies & Robinson, 1991; Deaux & Kite, 1987), de representaciones sociales del sexo como de representaciones sociales del género (p. ej.: Lloyd, 1990) en roles sexuales (p. ej.: Giele, 1988; Hendrick, 1988; Krahe, 1989; Levit, 1991) y en general, de las antiguamente denominadas diferencias sexuales y ahora

denominadas diferencias de género (p. ej.: Becker, 1990; Ben-Shakar & Sinai, 1991).

La cuestión que se nos plantea es en qué medida un cambio terminológico, por sí sólo, es suficiente para modificar un cambio en la perspectiva de lo que es investigado en estas temáticas y de la forma en que es investigado. Si se tratara exclusivamente de pretender un cambio terminológico la cuestión científicamente sería absurda, porque para designar lo mismo y abordarlo de la misma manera tanto da que hubiéramos utilizado la antigua palabra sexo, por muy connotada que esté en la vida cotidiana. Sin embargo, parece ser que la pretensión es también la de modificar el enfoque de aproximación a la diferenciación sexual y es aquí donde cuesta ver los efectos de este cambio de enfoque. Todo parece como si los sectores feministas más críticos y sensibles se hubieran dado por satisfechos simplemente con cambiar el término sexo por el de género. Y de hecho, la referencia al género es un superficial tranquilizador de conciencias en la investigación social que poco tiene de profunda y de sistemática.<sup>9</sup> En realidad, muchas veces se tiene la impresión de que se habla de género y se trata el sexo y con una perspectiva que era la de investigar la variable individual biológica sexo.

No siendo ajena a esta corriente de superficialidad terminológica, la investigación sobre el método de encuesta adolece, en general, del mismo planteamiento: se habla muchas veces de género y se trata de la variable individual sexo. Sin embargo, si queremos tratar los aspectos culturales, simbólicos y cognitivos, en definitiva, los aspectos sociales que se refieren al sexo, no basta con denominarlos género, además debemos adoptar una perspectiva de análisis que sea la de la investigación sobre relaciones sociales significativas.

Es por este motivo que nuestro trabajo se ha orientado hacia la interacción de género en el método de encuesta. No se trata simplemente de utilizar el término género, pues el término sexo sigue siendo válido para referirse a la variable individual, sino de proponer que el estudio de los aspectos concernientes al género es el estudio de las interacciones prácticas, simbólicas y cognitivas que se vehiculan en las relaciones simbólicas o reales entre hombres y mujeres.

Por este motivo, nuestras hipótesis se dirigen a considerar no tanto el género del/de la interlocutor/a o del entrevistado/a, como que el género, es decir los aspectos prácticos simbólicos y cognitivos de las relaciones entre hombres y mujeres se activan en la utilización del método de encuesta cuando es pertinente su significación entre interlocutor/a y entrevistado/a.

---

<sup>9</sup> Evidentemente nos estamos refiriendo a la corriente general que se muestra en la investigación social, lo que no quiere decir que nos refiramos a toda la investigación social, ni tampoco, en particular, a ninguna de las investigaciones precedentes sobre género que han sido citadas.

El tercer elemento al que nos hemos referido es la forma de administración con la que se concretiza la práctica de obtención de información en el método de encuesta. Este elemento tiene muchos menos problemas y no volveremos a hacer referencia aquí a la exposición teórica que hemos efectuado sobre la materia. Básicamente, recordemos que en nuestro planteamiento de que diferentes formas de administración suponen diferentes dinámicas de interacción, nuestras hipótesis se orientan a mostrar los efectos que producen estas diferentes formas de administración.

De los cuatro elementos, el objeto es el que ha sido menos desarrollado, y el motivo es que el eje que ha guiado la explicación ha sido la técnica de investigación y su forma de administración.

En la encuesta como método de investigación social, es evidente que la forma en que van a ser formuladas las preguntas y la forma en que van a ser recogidas las respuestas es un condicionante importante del tipo de interacción que se va a establecer entre la persona encuestada y el/la interlocutor/a. Pero, lógicamente, también representa un condicionamiento importante el objeto sobre el cual van a versar las preguntas y las respuestas. En líneas generales se puede establecer que el objeto puede hacer más relevantes o menos los ejes de relación de la situación de interacción.

Aparentemente, se supone que el objeto de conversación en una entrevista viene determinado por el objeto de investigación, y ante esta determinación de rango superior el método no tiene nada que añadir, como no sea las prescripciones formales de cómo abordarlo. Aunque esto es lógico, desde una perspectiva metodológica nada impide que el objeto de investigación sea un elemento más a tener en cuenta.

La lista de objetos que pueden ser objeto de preguntas y respuestas es prácticamente interminable y desde una perspectiva global de investigación realizar una taxonomía es totalmente absurdo e inútil. Ahora bien, desde una perspectiva metodológica, si consideramos, por ejemplo, las diferentes naturalezas de la entrevista y el cuestionario, esta taxonomía, o mejor dicho, una topografía, no ni es tan absurda ni tan inútil. Intentemos justificarlo.

Cuando los metodólogos cognitivistas nos proponen la idea de actitudes cristalizadas y no cristalizadas, por ejemplo, contemplado desde una perspectiva de comparación metodológica esta diferenciación no tiene ningún sentido. Pensemos por un momento en abordar una actitud no cristalizada mediante entrevistas. La posibilidad de que interlocutor/a y persona entrevistada se pasen toda la entrevista intentando establecer un contrato de comunicación -en términos vulgares, de qué hablan y de qué van a hablar-, es considerablemente alta. Por lo tanto, desde una perspectiva metodológica, sí que podemos decir que una diferenciación de objetos tiene sentido, o cuando menos una diferenciación

de la relevancia de los objetos en relación a las interacciones interlocutor/a - entrevistado/a.

Así, mientras que es impensable una entrevista sobre un objeto no social, nada impide un cuestionario en el que la socialidad de un objeto, su significación, esté reducida a la mínima expresión (actitudes no cristalizadas, para la perspectiva cognitivista). Este puede ser uno de los problemas en la comparación entre entrevistas y cuestionarios. Si el cuestionario permite abordar objetos poco significativos para los encuestados, la entrevista, como condición primaria, establece que el objeto de habla sea un objeto altamente significativo, pues si no, la posibilidad de compartir universos lingüísticos entre entrevistador/a y entrevistado/a desaparece. De hecho, cualquier persona con una cierta experiencia en la investigación mediante entre entrevistas sabe que no hay nada más obtuso y simbólicamente violento que una entrevista en la que la temática sea poco relevante o prominente para el/la entrevistado/a.

Por ejemplo, objetos sociales, es decir, objetos sobre los que existe un discurso socialmente elaborado y socialmente compartido, como la política, Europa, el Sida, la corrupción, etc., son objetos abordables en una entrevista. Objetos de significación reducida, objetos sobre los que no existe un discurso socialmente elaborado, sino un discurso individualmente transmitido, como el color de las paredes, las patatas, el reparto de pizzas, etc., pueden ser abordados en un cuestionario, pero difícilmente en una entrevista, a no ser que en esta técnica incluyamos las conversaciones de los Hermanos Marx. En otras palabras, nos estamos refiriendo a la relación entre intersubjetividad y contexto de comunicación, o si se prefiere, a lo que acertadamente han denominado Sperber y Wilson (1982) como «conocimiento mutuo».

Así pues, si deseamos conseguir alguna relación entre las técnicas de cuestionario y entrevista, sabemos que el objeto de interrogación debe situarse en un nivel para el que ambas técnicas sean equiparables. Sin embargo, no es suficiente considerar el nivel de significación social de un objeto para establecer algún tipo de comparabilidad y/o correspondencia entre ambas técnicas. En efecto, esta comparabilidad y/o correspondencia no sólo viene determinada por el grado de socialidad de un objeto -entendida la socialidad en este caso con una concepción distributiva-, sino también por la relevancia que pueda tener el objeto.

Entendemos por relevancia la problematicidad social que se asocia a un objeto. Problematicidad social no en el sentido de «problema social», sino de amenaza de ausencia de significación del objeto para la vida cotidiana. Algunos objetos sociales son más relevantes que otros porque su espacio de explicación en la vida cotidiana es más amplio. Si ese espacio desaparece, la incertidumbre y la ausencia de conocimiento se incrementa. Por ejemplo, si pudiéramos imaginar que desapareciera la significación del objeto amor -o

lo que es lo mismo si desapareciera de nuestro conocimiento y nuestro pensamiento el objeto amor-, un sinfín de relaciones cotidianas dejarían de tener sentido y explicación, y en lugar de ser "la clara muestra del cariño de una madre hacia su hijo", por ejemplo, se convertirían en una observación problemática, sin explicación. Si la significación y el conocimiento de los objetos surge de las incertidumbres sociales que se producen en la realidad social, ciertos fenómenos generan más incertidumbre que otros, y por eso, su significación es mayor. En realidad, podríamos decir que su relevancia es mayor.

En el establecimiento de la relevancia de un objeto juega un importante papel el contexto en el que se manifiesta su problemática. Así, por ejemplo, la relevancia del terrorismo en el País Vasco no sólo es mayor porque su origen en el Estado Español actual se sitúe en ese lugar, sino también porque su problemática social está asociada a ese lugar. La forma en que el contexto modela la relevancia de un objeto social no se refiere únicamente a un condicionamiento situacional objetivo, sino a las condiciones históricas y sociales en que la saliencia del objeto es creada, mantenida y expresada. Por ejemplo, si se tratara de un simple condicionamiento objetivo, siguiendo con el ejemplo del terrorismo, sería interesante comprobar en qué medida en el País Vasco se han producido más atentados terroristas que en el resto del Estado Español.

Volviendo a lo que nos ocupa, es evidente que en un cuestionario es posible realizar preguntas sobre un objeto de reducida significación social; la trascendencia del objeto tiene poco impacto o un impacto relativo en lo que se refiere a la dinámica del cuestionario, y de hecho es muy posible que obtengamos respuestas coherentes a preguntas de cuestionario sobre objetos no sociales o poco relevantes (otra cosa será el interés que suponga el conocer las respuestas). Por el contrario, plantear un objeto no social o poco relevante en una entrevista supone, la mayor parte de las veces, que el discurso que se produzca sea un discurso carente de significado, porque la falta de referentes compartidos provoca una constante negociación y la búsqueda reiterada y circular de los mismos. Desde esta óptica, el tipo de objeto pertinente para ser incluido en nuestras hipótesis tiene que ser un objeto social de una cierta relevancia a fin de equiparar la pertinencia discursiva tanto de la entrevista como del cuestionario.

Si la dimensión social - no social del objeto no es la característica con la que podamos diferenciar las distintas interacciones, la mayor o menor relevancia de un objeto social puede ser una vía de trabajo plausible. Es evidente que no todos los objetos sociales tienen un mismo impacto o un mismo nivel de relevancia social, y por relevancia social no nos referimos a titulares de noticias ni a la problemática concreta que pueda estar asociada a un tema. Por relevancia social, tal y como la hemos definido, nos referimos a la cantidad y al tipo de elaboraciones sociales que circulan alrededor de un objeto, y que en

consecuencia, lo conforman y lo expresan socialmente.

En nuestro caso hemos seleccionado dos objetos sociales con diferente nivel de relevancia. El primero, como tema relevante, es el cuerpo, alrededor del cual giran mitos, experiencias personales, que es objeto de culto y de los mass media, que genera clasificaciones y explicaciones y sobre el que se producen regulaciones públicas y privadas -todas ellas sociales. El segundo, como tema de menor relevancia, es la educación, alrededor del cual giran experiencias personales pero más reducidas, que también genera clasificaciones pero mucho menos incisivas, que no dispone de una mitología tan elaborada ni es objeto de culto exhaustivo en nuestra cultura, etc.

Entiéndase que no se trata de sugerir que el cuerpo es un objeto socialmente relevante y la educación no lo es. Nada más alejado de nuestra intención. Dado que para poder abordar algún tipo de cuestionamiento sobre diferentes técnicas de obtención de información hemos visto que los objetos deben ser socialmente relevantes, la cuestión no es relevancia si o relevancia no, sino diferentes grados de significación social dados diferentes grados de relevancia social.

Hasta ahora hemos sugerido básicamente dos ideas. La primera que es necesario analizar las correspondencia y/o comparación de las técnicas de encuesta en términos de la interacción situacional que condiciona la utilización de cada técnica de interrogación. La segunda, que unas técnicas, justamente por ese condicionamiento, tienen consecuencias no sólo sobre la forma de interrogación, sino también sobre los contenidos de interlocución.

Entiéndase que no tratamos de sugerir que nuestro problema sea el de la adecuación entre método y objeto «subject-appropriateness», ni tampoco el de la utilización de diferentes alternativas metodológicas a la consideración de un mismo objeto. Estas cuestiones, aún siendo próximas, son las que han dado lugar a la idea y a las propuestas de triangulación (Denzin, 1978; Jick, 1983; Lamnek, 1988; Wilson, 1981), pero la perspectiva y el objetivo de estas propuestas es diferente al análisis de lo que nos ocupa aquí. En efecto, la idea de triangulación se refiere a la combinación estratégica de metodologías diferentes para el estudio de un objeto (Denzin, 1978, p. 291). Aunque las cuestiones que propone la perspectiva de la triangulación y lo que hemos tratado aquí están obviamente relacionadas, la triangulación se preocupa a un nivel metodológico mucho más general y su objetivo es el abordaje del objeto de estudio dado, mientras que por nuestra parte hemos adoptado una perspectiva metodológica mucho más concreta (técnica, para ser precisos), y un abordaje del objeto de estudio mucho más genérico. Es por esto que la idea de triangulación se plantea el problema de los métodos como un problema de adición/complementariedad general. Partiendo de un objeto de investigación dado, la triangulación se propone recurrir a diferentes métodos para incrementar la validez metodológica.

En nuestro caso la perspectiva es inversa. Nuestro problema no es el de la relación adicional de métodos, sino el de la correspondencia y la comparación al nivel técnico. Partiendo de una inespecificidad inicial del objeto, nos planteamos el análisis teórico y empírico de las diferentes condiciones de utilización del método de encuesta.

### 3.1.2 HIPÓTESIS

De lo sostenido hasta ahora en estas páginas de forma retórica, podemos sintetizar las siguientes hipótesis:

#### Hipótesis 1

El grado de relevancia del objeto de interlocución para la persona encuestada, tendrá efectos sobre su elaboración discursiva. En ausencia de elementos sociales que contextualicen la interacción, el discurso de la persona encuestada mantendrá mayor relación con las características propias de la persona que con las condiciones de interlocución.

#### Hipótesis 1.1

A mayor relevancia del objeto de interlocución para la persona encuestada, se pondrán de manifiesto estructuras claras de la interacción entre interlocutor/a y persona encuestada sobre el discurso de la persona encuestada.

#### Hipótesis 1.2

A menor relevancia del objeto de interlocución para la persona encuestada, se pondrán de manifiesto los efectos de las características de la persona encuestada.

#### Hipótesis 2

La forma de administración del cuestionario tendrá efectos sobre las respuestas de la persona encuestada por la relación que ésta establece con el/la interlocutor/a y con el instrumento de interlocución.

### Hipótesis 3

Los efectos de la forma de administración se producirán más cuando la relación con el/la interlocutor/a no sea relevante para establecer la significación del objeto de interlocución.

### Hipótesis 4

Las relaciones de género entre interlocutor/a y encuestado/a se constituirán en un marco de interpretación del discurso de la persona encuestada cuando el objeto de interlocución permita activar una elaboración del discurso en términos de dichas relaciones.

### Hipótesis 5

A menor incidencia directa de las interacciones de género entre interlocutor/a y persona encuestada por la administración del cuestionario mediante sistema de autoadministración, aparecerán respuestas discursivas más estereotípicas.

### Hipótesis 6

La incidencia de las interacciones de género entre interlocutor/a y persona encuestada, y su relación con la forma de administración de la encuesta, se verán más afectadas cuando el objeto de interlocución sea más relevante para la persona encuestada.

No se nos escapa que las hipótesis 1 y 6 son hipótesis no comprobables empíricamente de forma directa, al menos con los instrumentos de prueba habitualmente utilizados. Si pretendemos comparar estructuras de respuesta a diferentes cuestiones, no sólo debiéramos disponer de unos instrumentos que nos permitieran esa comparabilidad, sino que debiéramos disponer de una definición precisa de qué es teóricamente y cómo se mide una estructura de respuesta. Y como es bien sabido, carecemos tanto de lo uno como de lo otro. Sabemos bien que con los instrumentos que tenemos podemos analizar estructuras de respuesta o la adecuación de estas estructuras a otros elementos relacionados, pero no comparar estructuras, como no sea para establecer que entre ellas no hay diferencias significativas.

Dado que el interés de una hipótesis se centra en el establecimiento de relaciones y diferencias, y no en la proposición de su ausencia -lo que por otra parte nunca es comprobable-, estas hipótesis 1 y 6 que sugerimos deben considerarse no como hipótesis a someter a prueba directa sino como hipótesis metanalíticas, si se puede utilizar esta

expresión. A pesar del riesgo que implica la proposición de hipótesis no contrastables de forma directa, hemos preferido su inclusión puesto que ellas, al igual que el resto, han guiado las investigaciones que se presentarán a continuación. Por otra parte, que no dispongamos de herramientas de contrastación directa para estas hipótesis no significa que se trate de simples posibilidades a mantener y justificar por la imaginación. Globalmente, considerando en conjunto los resultados de las investigaciones siguientes, podremos establecer sino su confirmación, al menos su pertinencia.

El resto de las hipótesis no presenta ningún problema de contrastación empírica directa.

### 3.1.3 JUSTIFICACION DEL ANCLAJE TEÓRICO DE LAS INVESTIGACIONES

En las hipótesis anteriores hemos utilizado el concepto de discurso intencionalmente para dar cuenta del lenguaje y la comunicación que se obtiene de las situaciones que prescriben las hipótesis. De hecho, podríamos haber dicho actitudes, concepto básico y fundamental de la psicología social, o bien creencias e incluso representaciones sociales. ¿Por qué utilizar el concepto de discurso?

Las respuestas son varias y simples. En primer lugar, que no pretendemos utilizar el concepto de discurso en un sentido restringido ni referido a ninguna perspectiva teórica -por ejemplo, la del análisis del discurso. Como dijo Mead refiriéndose al concepto de conducta, defendiendo su utilización, si el concepto de conducta no era patrimonio de los conductistas, el concepto de discurso tampoco tiene ningún patrimonio epistemológico, teórico o metodológico específico. Discurso es la producción lingüística que se deriva de la comunicación y es en este sentido al que nos referimos al utilizar el concepto.

La utilización de otros conceptos como el de actitudes (Morales, 1994; Rajecki, 1982; Pratkanis, Breckler & Greenwald, 1989), o bien el de creencias compartidas (Fraser, 1994; Fraser & Gaskell, 1990), o incluso el de representación social (Farr & Moscovici, 1984; Jodelet, 1989; Wagner & Elejabarrieta, 1994) nos hubiera obligado a realizar una exposición exhaustiva del concepto utilizado. Esta exposición nos habría obligado a hacer un recorrido histórico y una descripción del estado y la investigación actual sobre el concepto, y además, nos hubiera obligado también a justificar por qué tomábamos una determinada opción conceptual y desechábamos otras.

Al tomar la opción de abordar producciones lingüísticas no desechamos ningún otro concepto, sino que simplemente nos situamos a otro nivel, el metodológico. Que entre los conceptos mencionados existen solapamientos y problemas teóricos y conceptuales es algo que no escapa a nadie, pero obviamente, esta cuestión pertenece a otro trabajo y a otras investigaciones.

Sin embargo, el principal motivo de no habernos encasillado en ninguna aproximación teórica es que consideramos que haber tomado una opción explícita hubiera restado amplitud a lo que tratamos de proponer. A nuestro modo de ver, los métodos y las técnicas de investigación social no son patrimonio ni propiedad de las teorías (dejaríamos el terreno de la «ciencia» para introducirnos en el oscuro camino de la fe), sino que el método debe tener una generalidad y una cierta independencia ante la teoría. Si mezclamos la proposición con sus condiciones de prueba entonces estamos en el ámbito de la autoverificación. Aunque reconozcamos la lógica de que ciertas teorías y conceptos se encuentren más próximos a ciertas formas de prueba, una identidad absoluta es completamente absurda.

Con esta justificación no pretendemos eludir ningún compromiso teórico. Al contrario, hemos tomado en cuenta bastantes trabajos producidos en el seno de los diferentes conceptos mencionados para situar el espacio de contenido en el que diseñar nuestras investigaciones. Trabajos como el de Jodelet (1984) entre otros, nos han sido de gran utilidad a la hora de diseñar la investigación sobre el cuerpo, y lo mismo ha sucedido con otros trabajos referidos a la temática de la educación. Sin embargo, en nuestros estudios hemos preferido utilizar estos trabajos como guías de contenido más que como guías de teorización conceptual, que para nuestro cometido considerábamos innecesario. No obstante, es obvio que hemos utilizado en diversos momentos varias de estas proposiciones a lo largo de la exposición precedente, aunque sin hacer referencia directa a una u otra.

## 3.2 INVESTIGACIÓN SOBRE EL CUERPO

### 3.2.1 MÉTODO

En la investigación sobre el cuerpo, teniendo en cuenta la necesidad de establecer diversos niveles y formas de interacción entre entrevistadores y entrevistados, se han utilizado dos técnicas del método de encuesta: la entrevista y el cuestionario. La entrevista es la técnica de investigación que nos proporciona la posibilidad de una interacción más directa entre interlocutores y menos mediatizada por la propia técnica. Con el fin de asegurar una estructura general de contenido común a todas las personas entrevistadas, el tipo de entrevista utilizado ha sido el de entrevista semiestructurada.

El cuestionario nos proporciona la posibilidad de una interacción entre los interlocutores menos directa y más mediatizada por la propia técnica, en la medida que para establecer la dinámica de diálogo entre quien realiza la pregunta y quien ofrece la respuesta, se depende de la formulación y orden de las preguntas y de sus alternativas de respuesta. El cuestionario, exactamente el mismo, ha sido utilizado de dos formas, una forma entrevistada y una forma autoadministrada. Dentro de la utilización del cuestionario, la interacción entre los interlocutores se puede establecer de forma más directa cuando el/la entrevistado/a depende del/de la entrevistador/a para dar una respuesta, dando lugar a la forma de cuestionario entrevistado. En el cuestionario autoadministrado, la interacción entre el/la entrevistador/a y el/la entrevistado/a se limita a la entrega y recogida del cuestionario y a la explicación de alguna duda que el/la entrevistado/a pueda tener acerca de las preguntas y las alternativas de respuesta.

Para el trabajo de campo se contó con un equipo de colaboradores con formación en psicología, que se encargaron de la realización de las entrevistas y de la administración de los cuestionarios. Antes de realizar el trabajo de campo se hicieron tres sesiones formativas sobre la dinámica de entrevista y cuestionario. Estas sesiones sirvieron para familiarizar a los entrevistadores con los guiones de las entrevistas y con los cuestionarios y para homogeneizar al máximo posible los criterios técnicos de aplicación.

Tanto las entrevistas como los cuestionarios se realizaron en las casas de las personas que formaban la muestra. Las entrevistas se grabaron con un magnetófono con el consentimiento de los entrevistados. El cuestionario entrevistado se administró con la ayuda de unas tarjetas que indicaban a la persona la dinámica de respuesta con la que debía de contestar a los diversos bloques de preguntas que se formulaban. Cuando la pregunta tenía que ser contestada a través de una escala numérica se presentaba al/a la entrevistado/a una

tarjeta en la que se mostraba exclusivamente el rango de la escala y los significados de los dos extremos. Esta operación se realizaba para cada dinámica de respuesta del cuestionario, exceptuando las preguntas abiertas. En el cuestionario autoadministrado tan sólo se entregaba el cuestionario y se explicaba la primera parte de presentación.

Es evidente, dado que las técnicas son diferentes y los resultados que se obtienen también, que no es posible realizar ningún tipo de comparación determinado entre el discurso obtenido en las entrevistas y las respuestas a los cuestionarios. Si bien el desarrollo de las entrevistas, concretamente el guión utilizado, y también el contenido de los cuestionarios se fundamentó en el mismo material básico preliminar de prueba, nada garantiza su comparabilidad. En todo caso, esta comparación, con los riesgos y problemas que entraña, sólo es posible realizarla a un nivel metanalítico. Por contra, nada se opone a la comparación estadística de los cuestionarios en función de su forma de administración, ya que en los dos casos las preguntas que contenían eran las mismas. Por este motivo, inicialmente, expondremos de forma independiente los resultados obtenidos en las entrevistas y los obtenidos en los cuestionarios.

### 3.2.1.1 MATERIAL

A fin de establecer la pertinencia de los contenidos abordados en entrevistas y cuestionarios se procedió a realizar una serie de entrevistas preliminares, cuyo único objetivo era establecer el espacio lingüístico en el que se concibe y se expresa el cuerpo. Con el resultado de estas entrevistas preliminares se desarrollaron los guiones de entrevistas y las preguntas del cuestionario.

En la entrevista semiestructurada, el guión de contenidos se planteó de forma amplia, con el fin de abarcar los temas más generales en relación al cuerpo. Los bloques de contenido que se incluyeron en el guión fueron a) la imagen del cuerpo en relación a comparación o similitud del cuerpo con otros elementos; b) relación de la persona con el ambiente, a fin de establecer qué percepciones se establecen de los usos del cuerpo por parte de los demás y qué significados se les atribuye, así como determinar qué espacio y qué prácticas, ya sea a nivel de tiempo o de atención, se le dedica al cuerpo en la dinámica cotidiana. Otro bloque de contenido establecido fue c) el de interacción social, a fin de poner de manifiesto qué importancia tiene el cuerpo en la relación con los demás, centros de interés del cuerpo y qué significados o informaciones se extraen del cuerpo para intentar

prever diversos tipos de interacción, o de avanzar determinadas características de personalidad.

Por otro lado, en relación a la propia persona se estableció d) el contenido de experiencias corporales, en el que se plantearon las vivencias en torno al propio cuerpo, nivel de identificación y de satisfacción, expectativas y deseos, etc. Igualmente, se planteó la descripción de diversas sensaciones en actividades de ámbito cotidiano y situaciones en las que el cuerpo es protagonista especial. Finalmente, dentro de este bloque de contenido de experiencias corporales se propuso hablar acerca de los miedos en relación al cuerpo.

El último bloque de contenidos previsto en el guión de la entrevista fue e) el componente normativo, con el fin de abarcar lo que se considera bueno o malo en relación al cuerpo, lo que se puede o no se puede hacer y los diversos tabúes, supersticiones o mitos acerca del cuerpo.

El guión que el grupo de entrevistadores utilizó en el desarrollo de las entrevistas constaba de una presentación inicial, en la que se identificaba al entrevistador/a y se exponía el objetivo general y tema de la entrevista. A continuación se explicaba brevemente la condición de anonimato, el medio por el cual se tomaría nota de sus respuestas y la dinámica de la entrevista.

A continuación presentamos el guión con el que trabajaron los entrevistadores, traducido al castellano, puesto que el guión y la mayor parte de las entrevistas se realizaron en catalán:

## GUIÓN

### **Imagen del cuerpo:**

Comparaciones en relación al cuerpo, definiciones...

### **Relación persona - ambiente:**

Qué utilidad cree que se le da al cuerpo (la gente en general, medios de comunicación...), para qué se usa y de qué forma.

### **Interacción social:**

En su relación con la gente (diversas actividades), qué información extrae del cuerpo de los demás, en qué se fija y qué significa.

### **Relación persona - ambiente:**

Espacio y rol que reserva a su cuerpo en su vida cotidiana (atención y cuidado del cuerpo, usos del cuerpo...).

### **Experiencias corporales:**

Cómo vive su cuerpo (positiva o negativamente), identificación con el propio cuerpo, cómo ve su cuerpo, cómo quisiera que fuese, qué le gusta más de su cuerpo, qué le desagrada más... Descripción de sensaciones corporales en diversas actividades (andando, lavándose, haciendo el amor, tomando el sol, comiendo...) Descripción de sensaciones corporales en una situación de enfermedad. Descripción de sensaciones corporales en situaciones emotivas. Miedos en relación al cuerpo.

### **Componente normativo:**

Qué es bueno o malo en relación al cuerpo, qué se puede, o no se puede hacer. Actividades en las que se ha de tener en cuenta determinados estados del cuerpo. Partes o elementos tabúes.

---

El cuestionario sobre el cuerpo recoge en buena medida los bloques de contenidos establecidos en el guión de la entrevista, transformándolos en bloques de preguntas, la mayor parte de ellas cerradas. El encabezamiento del cuestionario constaba de la presentación de quién lo administraba, el tema del cuestionario, una breve explicación de la dinámica de respuesta y el agradecimiento por la colaboración. Seguidamente se presentaba un bloque de preguntas sobre posibles similitudes del cuerpo con otros elementos, como por ejemplo, una máquina, una planta, etc., dando para cada una de las alternativas una escala numérica con un intervalo de 1 a 7, donde el 1 significaba poca similitud y el 7 mucha similitud.

Para el bloque de usos del cuerpo, se formularon dos grupos de preguntas en el cuestionario. En un grupo se pedía la valoración de la frecuencia o intensidad de determinados usos, como la seducción, el placer, etc., ofreciendo para cada uno de ellos las alternativas de poco, bastante y mucho; y en un segundo grupo de preguntas se pedía una valoración sobre los mismos usos que se habían planteado en el grupo anterior a través de una escala numérica de un intervalo de 1 a 7, donde el 1 significaba positivamente y el 7 negativamente.

A continuación se proponían siete características atribuibles a una persona, como por ejemplo, atractiva, inteligente, sensual, etc., y para cada una de ellas se pedía a la persona que indicase tres partes del cuerpo en las que se fija para saber si a una persona se le pueden atribuir cada una de las características propuestas. La respuesta a este grupo de preguntas era abierta. Igualmente se propuso con esta dinámica de respuesta que indicasen qué tres partes del su cuerpo les gustaban más y qué tres partes de su cuerpo les gustaban menos.

Para los diversos cuidados del cuerpo se realizaron cuatro preguntas acerca de cuidados de salud, forma física, estética y sensaciones, dando para cada una de ellos las alternativas de poco, bastante y mucho.

Para el bloque de sensaciones corporales se propusieron dos actividades, andar y hacer el amor, y dos situaciones, una de enfermedad y otra de muerte de una persona cercana, para las cuales se indicaban nueve sensaciones y se preguntaba si se relacionaban con la actividad o la situación y hasta qué punto; se propusieron las mismas nueve sensaciones para las dos actividades y las dos situaciones. La respuesta a cada pregunta tenía las alternativas afirmativa y negativa, y en el caso de que la respuesta fuese afirmativa, se pedía que indicase la intensidad de la relación a través de una escala de 1 a 7, donde 1 significaba poca relación y 7 significaba mucha relación. A continuación se formulaban dos

preguntas de alternativa múltiple, una sobre modificación de alguna parte del cuerpo con tres alternativas de respuesta, y otra sobre qué situación era la que provocaba un mayor miedo en relación al cuerpo, presentando seis alternativas de respuesta.

En relación a los tabúes y al componente normativo, se propusieron siete actividades: manipulación genética, ingerir líquidos corporales, trasplante de cerebro, hacer el amor durante la menstruación, aborto, trasplante de corazón y relaciones homosexuales, para las que se pedía que indicasen si las consideraban o no indecentes, antinaturales, inmorales, pecaminosas y antihigiénicas. Las alternativas de respuesta para cada una de ellas eran sí/no.

Un bloque final contenía preguntas censales sobre la edad, el sexo, práctica habitual de algún deporte y el seguimiento de algún régimen alimentario o dieta.

El cuestionario completo utilizado para esta investigación se encuentra en los anexos correspondientes.

### 3.2.1.2 MUESTRA

Dado que en los objetivos de esta investigación no se incluye el de extrapolar los resultados a una población general ni el de estudiar las opiniones de un grupo social en particular, el tamaño de las muestras no se pensó en términos de representatividad, ni la selección de las personas integrantes de la muestra en términos de aleatoriedad. La selección de las muestras, tanto la de las entrevistas como la de los cuestionarios, fue una selección de conveniencia y de disponibilidad, es decir, el acceso a las personas de la muestra fue a través de terceros, lo que facilita el acceso y reduce considerablemente el tiempo de selección de la muestra.

Las entrevistas semiestructuradas se realizaron a un total de 16 personas, cuatro para cada condición de entrevista. El criterio que se siguió en la selección de las personas que fueron entrevistadas para el tema del cuerpo fue que no tuviesen actividades profesionales relacionadas con el tema, como medicina, enfermería, etc., para evitar la incidencia de una perspectiva profesional que muchas veces no coincide con la perspectiva no profesional. La muestra de los 16 entrevistados estaba formada el 50% por hombres y el 50% por mujeres, repartidos equitativamente en las cuatro condiciones de entrevista:

	Entrevistador	Entrevistadora
Entrevistado	4	4
Entrevistada	4	4

Las edades de los entrevistados en el conjunto de las 16 entrevistas oscilaban entre los 23 y 47 años y la mayor parte podrían situarse en el amplio y ambiguo estatus de «clase media». En cualquier caso, con respecto a la profesión se intentó cubrir un amplio espectro, siendo entrevistados trabajadores, amas de casa, directivos, etc.

Los cuestionarios sobre el cuerpo se pasaron a un total de 79 personas, de las cuales 40 eran hombres y 39 mujeres. Los cuestionarios se administraron bajo dos formas, 39 cuestionarios se pasaron de forma entrevistada y 40 se pasaron de forma autoadministrada. La distribución de la muestra para cada una de las condiciones, teniendo en cuenta el sexo de la persona que contestaba el cuestionario, el sexo del/de la entrevistador/a y la forma de administración del cuestionario, fue la siguiente: 11 hombres y 9 mujeres, contestaron el cuestionario entrevistado por un entrevistador; 10 hombres y 9 mujeres contestaron el cuestionario entrevistado por entrevistadoras. Para los cuestionarios autoadministrados, fueron 10 hombres y 10 mujeres los que contestaron el cuestionario entregado por un entrevistador; para los cuestionarios entregados por una entrevistadora, contestaron 9 hombres y 11 mujeres. El siguiente cuadro resume estos datos.

	CUESTIONARIO ENTREVISTADO		CUESTIONARIO AUTOADMINISTRADO	
	Entrevistador	Entrevistadora	Entrevistador	Entrevistadora
Hombres	11	10	10	9
Mujeres	9	9	10	11

Las edades de los entrevistados oscilaban entre los 19 y 50 años, presentado la muestra una media de 28 años.

## 3.2.2 RESULTADOS

### 3.2.2.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

#### 3.2.2.1.1 RESULTADOS PRELIMINARES

La preparación del análisis de las entrevistas se inició con la transcripción literal de cada una de ellas. Durante el proceso de transcripción se desestimó una entrevista de las dieciséis realizadas. La entrevista anulada fue realizada por una entrevistadora a un hombre, y se desestimó por problemas en la grabación, que no fueron detectados hasta el momento de la transcripción.

De las quince entrevistas válidas para el análisis tres fueron traducidas del castellano al catalán una vez transcritas, con el fin de que el análisis textual no realizase un recuento y tratamiento de palabras distorsionado por las diferentes formas lingüísticas. La cantidad final de entrevistas analizadas para cada condición fue:

Entrevistador - Entrevistada	4
Entrevistador - Entrevistado	4
Entrevistadora - Entrevistado	3
Entrevistadora - Entrevistada	4
Total	15

Antes de exponer los resultados que presentaremos a continuación debemos hacer una aclaración acerca de la utilización de cuatro entrevistadores diferentes en esta parte de la investigación. Muy posiblemente podríamos encontrar efectos producidos por el/la entrevistador/a en el discurso del/de la entrevistado, sin embargo, aquí estos efectos no nos interesan. Que el/la entrevistador/a es una parte activa en la elaboración discursiva que se produce en las entrevistas es algo evidente e incuestionable. Si pretendemos despejar el efecto de esa actividad, entonces el sentido de la entrevista desaparece. Justamente, en esta parte de la investigación nos interesan los efectos de interacción Entrevistador/a-

Entrevistado/a, y no que puedan existir diferencias individuales entre entrevistadores (lógicas y necesarias para que una entrevista sea una entrevista, si no estaríamos ante un cuestionario entrevistado), ni tampoco diferencias individuales entre entrevistados, aunque en este caso sí, este análisis será una condición necesaria previa a los resultados de interacción<sup>10</sup>.

Todos los análisis que expondremos a continuación se han realizado sin efectuar ningún tipo de categorización semántica, es decir, sin modificar prácticamente el discurso bruto y directo, tal y como es producido por las personas entrevistadas. Todos los análisis de este material se han realizado mediante el paquete estadístico SPAD-T.

El primer paso del análisis de las entrevistas fue realizar un recuento frecuencial de las palabras con el fin de tener una idea de la cantidad total de palabras con las que trabajarían los análisis, y tener así mismo información de la dispersión o cantidad de palabras diferentes utilizadas por los entrevistados. Un paso previo al recuento frecuencial fue realizar una primera depuración general de palabras en el conjunto de las entrevistas a fin de reducir la cantidad total de palabras a una cantidad que no ocasionase problemas con la capacidad de trabajo del paquete estadístico, y eliminar, al mismo tiempo, palabras habituales y necesarias para que el discurso sea fluido y se permita la concatenación de diferentes ideas, pero que proporcionan poca información para el análisis de contenido y significado de las ideas y opiniones que se están expresando; nos referimos a las conjunciones, preposiciones, artículos, pronombres relativos, pronombres interrogativos, etc.

El primer análisis frecuencial nos muestra un total de 8607 palabras, de las cuales 2246 son palabras diferentes, lo que representa un 26.1% respecto al total. Aún habiendo realizado una primera depuración general, el primer recuento frecuencial de las quince entrevistas solamente se refiere a las palabras dichas más de una vez. Con este límite impuesto por la capacidad de trabajo del paquete estadístico, obtenemos un primer listado de 869 palabras diferentes para las entrevistas sobre el cuerpo. Con estos primeros listados procedemos a realizar correcciones ortográficas y agrupaciones sintácticas, como por

---

<sup>10</sup>

De lo que se deriva que en la parte de la investigación correspondiente a los cuestionarios sí que es pertinente analizar estos efectos y despejarlos a fin de establecer la validez de la investigación.

ejemplo plurales y singulares, masculinos y femeninos, etc., en función de la mayor frecuencia de la forma contada. Igualmente, se transformaron las formas verbales a su infinitivo. Una vez realizadas estas correcciones se procedió a un segundo recuento en el que se pudo tener en cuenta todas las palabras, incluso las dichas una sola vez en el conjunto de las entrevistas para cada tema. Se volvieron a realizar las correcciones ortográficas y las agrupaciones sintácticas, esta vez con todas las palabras de las entrevistas, quedando finalmente un total de 7039 palabras, de las que 1112 son palabras diferentes, representando un 15.8% respecto del total.

La inspección de los listados de frecuencias definitivo del discurso empleado e inicial de nuestros resultados nos permite establecer el umbral de frecuencia de las palabras que van a formar parte del análisis. Establecimos este umbral en cinco, es decir, los análisis trabajarán con las palabras que aparecen más de cinco veces en el conjunto de las entrevistas. La determinación del umbral no sigue un criterio estándar, aunque se supone que para un análisis de contenido correlacional, como el que se ha aplicado a las entrevistas, la cantidad de palabras dichas con una cierta frecuencia tiene importancia en relación a la tabla de correspondencias. Se pueden suponer tablas de correspondencias con más entidad al trabajar con un umbral alto de frecuencias de palabras, aunque el aumentar dicho umbral supone la pérdida de determinadas palabras que por su propio significado en relación al tema de la entrevista, resulta una elección arriesgada. Por ejemplo, si hubiésemos elevado el umbral de frecuencia a 10 no entrarían en el análisis palabras como «amor», «llorar», «pechos», «ambiente», «controlar», «mirada», «enseñar», «contacto», etc.

Pero el principal motivo de la determinación de un umbral mínimo de frecuencia para las palabras que intervendrán en el análisis no es estadístico. En efecto, la eliminación de las palabras de poca frecuencia se justifica sobretodo por su carácter de discurso individual, o, si se prefiere, por dar cuenta de la variabilidad individual del habla más que del conjunto de significaciones compartidas por las personas. Las cantidades finales de palabras fueron 3388 palabras, de las que 162 son diferentes. A continuación presentamos las palabras que intervendrán en el análisis y sus frecuencias<sup>11</sup>:

---

<sup>11</sup> Todas las referencias lingüísticas a los resultados discursivos directos se realizarán en catalán, lengua en la que se homogeneizaron las entrevistas por haber sido la mayoritariamente empleada. Sin embargo, en el texto, para facilitar la lectura y la comprensión se empleará la transcripción al castellano.

## Palabras retenidas para el análisis y sus frecuencias

Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia
COS	327	MORT	16	ATENCIO	8
PODER	130	EXPRESSAR	16	ARREGLAR	8
AGRADAR	124	CERVELL	16	CAP	8
BE	113	ESTETICA	16	ALTA	8
SENTIR	97	INFORMACIO	16	AMBIENT	8
PERSONA	92	DOLENT	16	IGUAL	8
SENSACIONS	79	DIA	16	PRIMA	8
TEU	56	TREBALLAR	16	MOURE	8
MEU	51	NORMAL	16	GRAS	8
DOLOR	49	NOIES	15	ENSENYAR	8
VEURE	47	RELACIONS	15	PITS	8
MENJAR	44	DEIXAR	15	INFLUIR	8
SEU	42	COMPARAR	14	NERVIS	8
PARLAR	40	TREURE	14	AJUDAR	7
MAQUINA	39	NEGATIU	14	MANS	7
DONAR	37	ACCEPTAR	14	POSITIU	7
ESPORT	37	ACTIVITAT	14	PERCEBRE	7
RENTARSE	36	GENERAL	14	DORMIR	7
PENSAR	36	DESAGRADABLE	13	ANIMALS	7
CUIDAR	35	VIDA	13	GESTOS	7
CARA	34	ACONSEGUIR	13	EQUILIBRI	7
VOLER	34	NOIS	12	CUL	7
UTILITZAR	34	US	12	TV	7
FISIC	34	MENT	12	VIGILAR	7
TABU	34	MALALT	12	EMOCIO	7
HUMA	33	TOCAR	12	ESQUENA	7
CAMINAR	31	HOMES	12	FRED	7
PROBLEMES	30	PERFECTE	12	SALUT	7
PLAER	29	VELLESSA	12	CONTACTE	7
SEXUAL	29	TRISTESA	12	AMOR	6
BO	28	VENDRE	11	AGAFAR	6
MALAMENT	27	UTILITAT	11	RAPID	6
POR	26	ANGOIXAR	11	PERDRE	6
CANVI	26	BONIC	11	SENTIMENTS	6
MIRAR	26	PSICOLOGIC	11	PLORAR	6
MALALTIA	25	DESPULLAR	11	AIGUA	6
DIFERENT	24	IMATGE	11	NATURALESSA	6
NOTAR	23	ALEGRIA	11	ANIMIC	6
ULLS	23	MILLOR	10	FUNCIO	6
ESTAT	22	CONTROLAR	10	HABITS	6
CAMES	22	CONTENT	10	FORÇA	6
DONES	21	DIFICIL	10	FORMA	6
PREOCUPA	20	ATREURE	10	EMBARAS	6
SOCIAL	20	MIRADA	10	DEDICAR	6
FUNCIONAR	20	NENS	9	INTENTAR	6
VIURE	20	FORT	9	INTERIOR	6
NECESSITAR	20	AMICS	9	OBERT	6
SORTIR	20	OBJECTIUS	9	PARALISI	6
RELAX	19	LLIBERTAT	9	PATIR	6
ANUNCIS	18	MILLORAR	9	BAIX	6
LIMIT	18	COMPLEXE	9	BELLESA	6
CANSAT	18	ACOSTUMAR	9	LLEIG	6
GUST	17	SOL	9	CALOR	6
CONEIXER	17	TRANQUILITAT	9		

La palabra que obtiene una mayor frecuencia es lógicamente la referida al tema de la entrevista «cuerpo» (327 veces). Si nos fijamos en las veinte palabras más empleadas, la mitad son referidas a acciones: «poder», «gustar», «sentir», «ver», «comer», «hablar», «dar», «lavarse», «pensar» y «cuidar». El primer sustantivo, después del tema de la entrevista, que aparece en la lista de frecuencias es la palabra «persona» con una frecuencia de 92 veces.

### DISTRIBUCIÓN DE LAS PALABRAS EN LAS ENTREVISTAS

IDENTIFICADOR	* NUMERO * DE * PALABRAS	/1000 DEL TOTAL	* NUMERO DE * PALABRAS * DIFERENTES	/1000 DE LA ENTREV.	* NUMERO DE * PALABRAS * RETENIDAS
Entrevistador/Entrevistado	* 384	54.6	* 72	187.5	* 204 *
Entrevistador/Entrevistado	* 714	101.4	* 92	128.9	* 378 *
Entrevistador/Entrevistado	* 647	91.9	* 103	159.2	* 340 *
Entrevistador/Entrevistado	* 434	61.7	* 73	168.2	* 207 *
Entrevistador/Entrevistada	* 299	42.5	* 64	214.0	* 135 *
Entrevistador/Entrevistada	* 353	50.1	* 68	192.6	* 213 *
Entrevistador/Entrevistada	* 678	96.3	* 94	138.6	* 338 *
Entrevistador/Entrevistada	* 421	59.8	* 74	175.8	* 202 *
Entrevistadora/Entrevistada	* 354	50.3	* 65	183.6	* 162 *
Entrevistadora/Entrevistada	* 488	69.3	* 82	168.0	* 222 *
Entrevistadora/Entrevistada	* 455	64.6	* 79	173.6	* 194 *
Entrevistadora/Entrevistada	* 814	115.6	* 102	125.3	* 365 *
Entrevistadora/Entrevistado	* 427	60.7	* 69	161.6	* 182 *
Entrevistadora/Entrevistado	* 284	40.3	* 71	250.0	* 142 *
Entrevistadora/Entrevistado	* 287	40.8	* 60	209.1	* 104 *
<b>G L O B A L</b>	* 7039	1000.0	* *		* 3388 *

La distribución de las cantidades de palabras dichas en cada condición de entrevista presenta ciertas diferencias. Si observamos las frecuencias totales de palabras para cada entrevista podemos ver que los hombres, cuando son entrevistados por hombres, presentan una media de 545 palabras, y cuando son entrevistados por mujeres la media baja a 333 palabras. En cuanto a las mujeres, cuando son entrevistadas por mujeres, presentan una media global de 528 palabras y cuando son entrevistadas por hombres la media se sitúa en

438 palabras. A nivel descriptivo parece evidenciarse una incidencia del cambio de interlocutor en la cantidad media de palabras dichas por los entrevistados. Esta incidencia parece más notable en los hombres que en las mujeres. Cuando el interlocutor es del sexo opuesto la media de palabras utilizadas en el discurso de los entrevistados presenta una reducción, esta reducción es más evidente en los hombres, que son los que presentan una media de palabras más alta y pasan a la media más baja cuando son entrevistados por mujeres.

En líneas generales se puede observar que los hombres, contrariamente al estereotipo, hablan más que las mujeres entre ellos; e igualmente, que ser entrevistado por un hombre o por una mujer parece afectar a la cantidad de palabras utilizadas en las entrevistas. Los mismos efectos se pueden observar si tenemos en cuenta la cantidad de palabras diferentes dichas en las entrevistas. Los hombres utilizan una media de 85 palabras diferentes con el tema del cuerpo cuando son entrevistados por hombres, y reducen esta cantidad a 67 palabras diferentes de media cuando son entrevistados por mujeres. La reducción de palabras diferentes en las entrevistas de las mujeres es menor, presentando una media de 82 palabras diferentes cuando son entrevistadas por mujeres y una media de 75 cuando son entrevistadas por hombres.

En el conjunto de las quince entrevistas sobre el cuerpo se ha aplicado un análisis de correspondencias simple, es decir, una vez que se ha realizado el recuento total de palabras y de palabras diferentes, lo que equivale a montar una tabla de frecuencias de las palabras, se ha procedido a montar una tabla de contingencias, donde en las columnas figuran los quince entrevistados en función de las diferentes combinaciones de entrevistador/a - entrevistado/a, y en las filas se sitúan las palabras seleccionadas a partir del umbral de frecuencia determinado anteriormente.

### 3.2.2.1.2 DISCURSOS Y CONDICIONES DE INTERACCIÓN EN LAS ENTREVISTAS

La solución factorial del análisis de correspondencias simple aplicado a las quince entrevistas sobre el cuerpo nos proporciona los siguientes valores propios:

NUMERO	VALOR PROPIO	PORCENT.	PORCENT. ACUMUL.	
1	.1759	13.33	13.33	*****
2	.1563	11.85	25.17	*****
3	.1330	10.07	35.25	*****
4	.1197	9.07	44.32	*****
5	.1024	7.76	52.08	*****
6	.0907	6.87	58.95	*****
7	.0867	6.57	65.52	*****
8	.0802	6.08	71.60	*****
9	.0722	5.47	77.07	*****
10	.0691	5.24	82.31	*****
11	.0666	5.05	87.35	*****
12	.0607	4.60	91.95	*****
13	.0563	4.26	96.22	*****
14	.0499	3.78	100.00	*****

En un análisis factorial lo común es seleccionar la cantidad de factores con los que se va a trabajar en función de la cantidad de varianza explicada por el conjunto de factores seleccionados. Este proceso es lógico cuando el objetivo es la reducción de una cantidad de variables inicial, puesto que lo que se busca es la mayor reducción al menor coste posible de información, y al mismo tiempo, poder trabajar con variables complejas de una entidad suficiente. En nuestro caso, el objetivo de aplicar un análisis de correspondencias simple en las entrevistas no es buscar la reducción de las variables con las que se trabaja, que en este caso son dos, entrevistados y palabras dichas en las entrevistas, sino que es poder establecer una mínima dimensionalización en el amplio conjunto de palabras/entrevistados, a fin de poder establecer qué tipos de correspondencias se ponen de manifiesto entre las dimensiones analizadas y los individuos. Siguiendo con este objetivo decidimos trabajar con los tres primeros factores que abarcan el 35.25% de la varianza explicada, siendo conscientes de que este porcentaje es relativamente bajo pero suficiente para el objetivo

establecido<sup>12</sup>.

La siguiente tabla nos muestra las palabras con mayor contribución en cada uno de los tres factores seleccionados:

FACTOR 1		FACTOR 2		FACTOR 3	
Palabra	Cont.	Palabra	Cont.	Palabra	Cont.
Agradar	5.8	Humà	8.4	Problemes	3.6
Us	4.1	Utilitzar	5.3	Mirada	3.2
Donar	3.3	Cervell	5.1	Anuncis	3.1
Nois	3.1	Cos	4.5	Caminar	2.9
Noies	2.9	Necessitar	3.8	Cames	2.8
Be	2.9	Psicologia	3.1	Tabú	2.7
Voler	2.8	Ensenyar	2.8	Patir	2.6
Plaer	2.7	Social	2.7	Dolor	2.5
Objectius	2.6	Persona	2.3	Físic	2.5
Sortir	2.6	Tristesia	2.3	Angoixar	2.3
Percebre	2.5	Ajudar	2.2	Rentar-se	2.1
Diferent	2.3				
Gust	2.2				

El primer factor, con un valor propio de 0.1759, explica el 13.33% de la varianza total y parece hacer referencia a elementos que denotan un uso lúdico del cuerpo. Es bastante frecuente, e incluso de moda, la alusión a sentirse bien con uno mismo a través de sentirse bien con el cuerpo y esto es lo que parece sugerir el factor. Las palabras «gustar», «uso», «bien», «placer», «salir» y «gusto» están relacionadas con una utilización del cuerpo en tanto que elemento del que se puede disfrutar. Las palabras «percibir», «salir»,

<sup>12</sup>

De cualquier modo, los análisis de correspondencias, y especialmente los que se aplican a producción discursiva directa, no se caracterizan por lograr altos índices de varianza explicada (Bécue, 1991; Lebart & Salem, 1988).

«objetivos», «chicos» y «chicas» parecen responder a la visión estética actual del cuerpo como objeto mediador de atracción entre chicos y chicas. En definitiva, el primer factor aglutina conceptos que dan cuenta del cuerpo como elemento físico ligado al gustar, al placer, al disfrute del cuerpo y al sentirse bien, asociado básicamente con los jóvenes.

El segundo factor tiene un valor propio de 0.1563 y explica el 11.85% de la varianza total. Las palabras que más contribuyen en este factor son palabras que eluden la dimensión física del cuerpo y se centran en una dimensión más «psíquica» y más globalizadora del ser humano, de la persona con su propio cuerpo. Es interesante resaltar que la palabra «cuerpo» aparece con una contribución más alta en este factor y no en el primero, contrariamente a una primera idea que nos podemos formular sobre la imagen que tenemos del cuerpo relacionada con su aspecto más objetivo, más físico o más estético. La dificultad de separar el ser humano, la persona, del cuerpo, conlleva pensar en el cuerpo en términos de elemento psíquico. El único referente anatómico que podemos destacar apareciendo en este factor es el «cerebro», y en otro orden la palabra «psicológico», interviniendo también sentimientos como la «tristeza» e incluso «necesidades». De alguna forma, este segundo factor se opone al primero reproduciendo la dualidad, histórica y socialmente típica del elemento físico y el elemento anímico o psíquico, aunque insistimos, la palabra cuerpo parece ir más ligada a la persona, a lo «humano» que no al aspecto físico y placentero.

El tercer factor tiene un valor propio de 0.133 y explica un 10.07% de la varianza total. Este factor está compuesto por palabras como «problemas», «padecer», «dolor» y «angustiar», relacionadas con el sufrimiento o con aspectos más negativos del cuerpo. Es evidente que las sensaciones del cuerpo no son solamente placenteras, sino que el dolor, y concretamente el dolor físico en tanto que padecimiento y angustia, está asociado a la idea del cuerpo. Es curioso resaltar que la palabra «tabú» esté asociada a estos elementos en tanto que negativos o problemáticos y no a elementos placenteros como en primera instancia pudiera pensarse. A este polo problemático y de sufrimiento del cuerpo, se opone un polo más cotidiano y más automático donde se sitúan las palabras «andar», «piernas», «lavarse» y «anuncios», quizás como elementos que contrarrestan la tensión y la angustia por ser precisamente cotidianos y automáticos. Andar y lavarse son actividades que se realizan sin pensar y sin prestarles atención, y las asociaciones de sensaciones son más positivas que negativas. La palabra que más cuesta de integrar en este tercer factor y con

una contribución alta es la palabra «mirada», situada en el polo problemático, como podremos observar en la gráfica del cruce del segundo y tercer factor, muy próxima a angustia y a padecer. Normalmente la mirada es donde se sitúa buena parte de la expresión de sentimientos y de sensaciones, y es quizás por esta atribución de expresión que se piensa la mirada como vía de acceso a las sensaciones de angustia y de padecimiento del otro.

Las gráficas de cruce de los factores seleccionados nos permiten ver la situación de las palabras en los diferentes ejes, y nos permite igualmente ver donde quedan situadas las personas entrevistadas en función de las condiciones de la entrevista. Junto con cada gráfica de cruce de factores, aparece una tabla en la que figuran las palabras que están solapadas por otras en la gráfica al ocupar la misma posición.

El cruce de los dos primeros factores del análisis de correspondencias simples aplicado a las entrevistas sobre el cuerpo nos muestra una cierta diferenciación de la situación de las entrevistas en función del entrevistador o de la entrevistadora. Si dividimos la gráfica en dos partes, trazando una línea diagonal aproximadamente entre la palabra «nois», situada en la parte derecha de la gráfica, y la palabra «belleza», situada en la parte izquierda, encontramos agrupadas en la parte superior de esta división básicamente las entrevistas realizadas por entrevistadores, y en la parte inferior, básicamente las entrevistas realizadas por entrevistadoras. Estas agrupaciones incluyen alguna excepción, como una entrevista realizada por una entrevistadora a una mujer, situada en la parte central de la gráfica y próxima a la palabra «máquina», que estaría dentro del conjunto de las entrevistas hechas por entrevistadores, e igualmente, una entrevista hecha por un entrevistador a una mujer, situada en la parte inferior izquierda y próxima a la palabra «vellesa», dentro del conjunto de entrevistas realizadas por entrevistadoras. Exceptuando estos casos, las trece entrevistas restantes quedan agrupadas de forma relativamente homogénea, de lo que se puede deducir que en las entrevistas sobre el cuerpo, el hecho de ser entrevistado por un hombre o por una mujer produce un cierto efecto de diferenciación en el discurso del entrevistado/a.

En la página siguiente podemos observar la gráfica de cruce de los primeros ejes, con la posición de las palabras y cada una de las personas entrevistadas. Para éstas, la primera letra indica si se trata de una entrevista realizada por un entrevistador (R) o una entrevistadora (A), la segunda si se trata de un entrevistado (O) o una entrevistada (A), y

el número siguiente indica el número de entrevista. Así, por ejemplo, RA1 indica primera entrevista realizada por un hombre a una mujer. Los solapamientos gráficos sombreados, evidentemente, no son resultados del análisis, sino ilustraciones introducidas por nosotros para facilitar la visualización de la posición de las entrevistas y sus proximidades por condiciones de interacción.



PUNTOS MÚLTIPLES

PUNTO	ABSCISA	ORDENADA	PUNTO	ABSCISA	ORDENADA
VISTO	APROXIMADA	APROXIMADA	OCULTO	APROXIMADA	APROXIMADA
DEDICAR	-.07	.40	FUNCIONA	-.07	.40
DOLENT	.49	.26	UTILITAT	.49	.26
FORÇA	-.14	.19	POSITIU	-.14	.19
LIMIT	.21	.19	VIURE	.21	.19
FORT	-.35	.16	FRED	-.35	.16
MIRAR	.28	.05	NORMAL	.28	.05
INTERIOR	.00	-.02	---	.00	-.02
AGAFAR	.42	-.05	ALTA	.42	-.05
CAMES	.77	-.05	EMBARAS	.77	-.05
AGAFAR	.42	-.05	MOURE	.42	-.05
CANVI	.00	-.05	PODER	.00	-.05
BAIX	.21	-.23	VIDA	.21	-.23
BONIC	.14	-.33	IMATGE	.14	-.33
BONIC	.14	-.33	TV	.14	-.33
IGUAL	.28	-.50	LLIBERTA	.28	-.50
PLORAR	-.63	-1.02	SENTIMEN	-.63	-1.02

Pero aparte de esta diferenciación en función del entrevistador/a, ¿podemos observar en la gráfica alguna diferenciación en función del entrevistado/a? ¿o por el contrario podemos deducir, por ejemplo, que el ser entrevistado/a por un hombre acerca del cuerpo produce los mismos efectos entre hombres y mujeres?.

Podemos realizar dos agrupaciones relativamente homogéneas en cada uno de los espacios del entrevistador y de la entrevistadora. En la división superior, que agrupa las entrevistas realizadas por entrevistadores, podemos localizar tres de las cuatro entrevistas en las que participan hombres, tanto en calidad de entrevistadores como de entrevistados, quedando próximos al extremo del segundo factor en el que se posicionan las palabras que denotan una visión del cuerpo más psíquica y más globalizadora de la persona; en este extremo encontramos las palabras «humano», «cerebro», «psicológico», «persona», «social», etc. Por contra, cuando los hombres son entrevistados por mujeres, se traslada su posición en dos de las tres entrevistas hacia el otro extremo del segundo factor, donde se sitúan las palabras más en relación a aspectos sentimentales como «tristeza» y «llorar». Cuando las

mujeres son entrevistadas por hombres, su posición en la gráfica no se localiza junto a los hombres sino que quedan situadas en una posición más próxima al centro del cruce de los ejes de los dos factores y muy próximas a las entrevistas de mujeres entrevistadas por mujeres.

En general, las mujeres se sitúan próximas al extremo del primer factor donde aparecen las palabras que hacen referencia al cuerpo en tanto que elemento de disfrute como «gusto», «salir», «querer», «bien», «gustar», «amigos», etc., aunque las palabras que circundan a los dos grupos de entrevistas denotan alguna diferencia. Las mujeres cuando son entrevistadas por mujeres se sitúan próximas a las palabras «deporte», «relaciones», «comida», «amor», «delgada», «desagradable», «vigilar», «amigos», etc., en cambio cuando son entrevistadas por hombres se sitúan próximas a «querer», «gustar», «bien», «cuidar», «mirar», «lavarse», «sexual», «trabajar», etc. El discurso de las mujeres con mujeres se centra en aspectos que inciden en el aspecto estético del cuerpo, desplazándose este discurso hacia aspectos más relacionales y de actividad cuando son entrevistadas por hombres. En este sentido, y en relación a los dos primeros factores, se puede establecer una cierta diferencia entre las entrevistas realizadas por entrevistadores y las realizadas por entrevistadoras, quedando más clara esta diferencia en relación a los hombres que son los que muestran posiciones más claramente diferenciadas en función de si son entrevistados por hombres o por mujeres. Las mujeres en relación a los dos primeros factores presentan diferencias más sutiles en función del entrevistador/a.

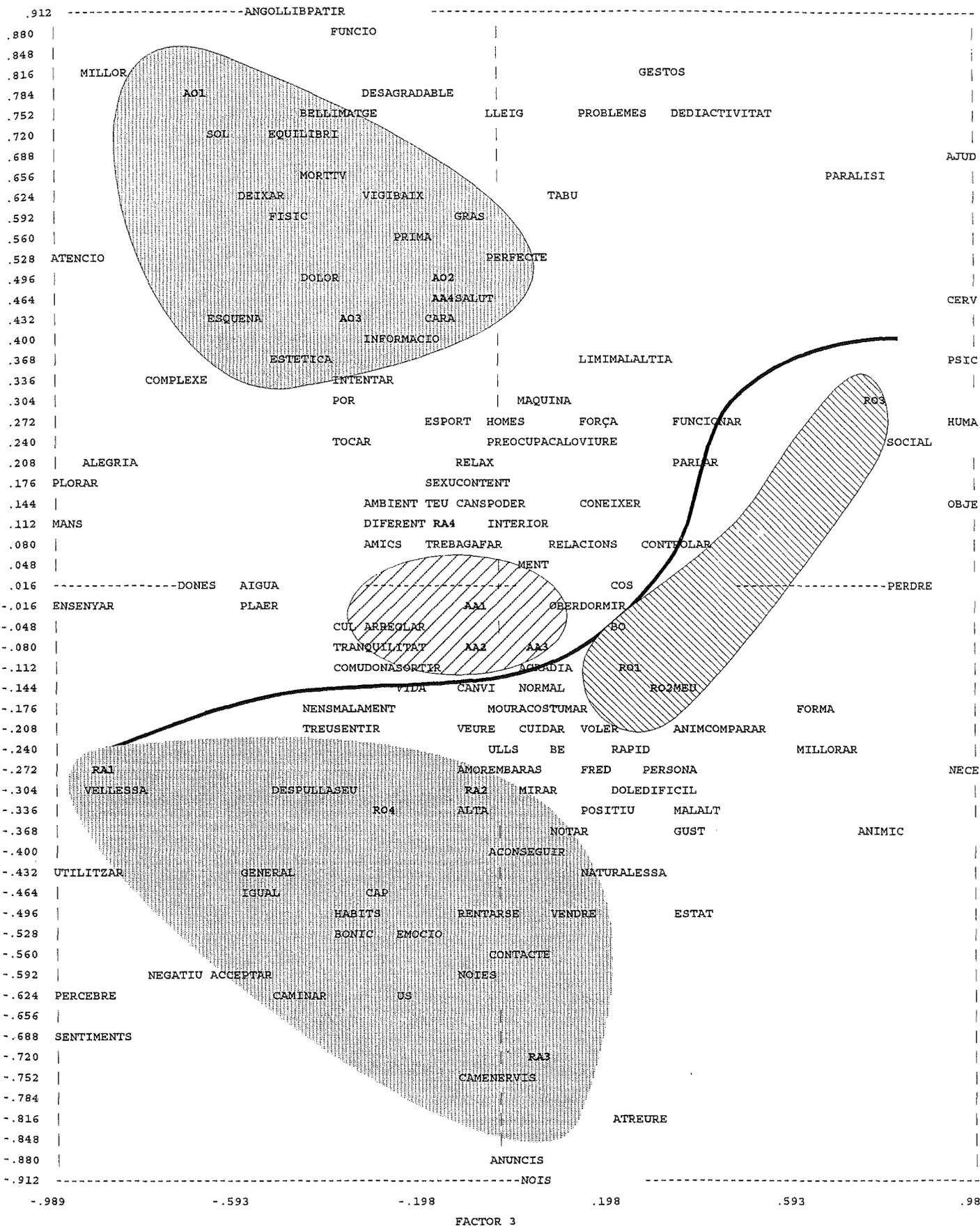
En el cruce de los factores segundo y tercero podemos establecer igualmente una cierta diferenciación de dos bloques de entrevistas, las realizadas por entrevistadores y las realizadas por entrevistadoras, si situamos una línea diagonal entre las palabras «cerebro», situada en la parte superior derecha de la gráfica, y la palabra «vejez», situada en la parte inferior izquierda. La división de la gráfica de esta forma nos sitúa las entrevistas realizadas por entrevistadoras en la parte superior de la división y las entrevistas realizadas por entrevistadores en la parte inferior. En esta ocasión la diferenciación en función del entrevistado/a dentro de cada grupo de entrevistadores es relativamente más clara.

Cuando los hombres son entrevistados por hombres se siguen situando en el extremo del segundo factor, en el que aparecen las palabras que denotan una visión del cuerpo más psíquica y más globalizadora de la persona; en este extremo encontramos las

palabras «humano», «cerebro», «psicológico», «social», «ánimico», etc. Al ser entrevistados por mujeres, las tres entrevistas de los hombres pasan a situarse cerca del extremo superior del tercer factor, en el que se encuentran las palabras relacionadas con aspectos de sufrimiento o problemáticos del cuerpo como «angustia», «padecimiento», «dolor», «problemas», «físico», etc.

Las mujeres cuando son entrevistadas por mujeres tienden a situarse en el punto central de la gráfica, lo que significa que su discurso es común a lo que dicen el resto de los entrevistados, es decir, se caracterizan por decir lo que dicen todos. Por contra, cuando son entrevistadas por hombres, las mujeres tienden a situarse próximas al polo inferior del tercer factor, donde se localizan las palabras que hacen referencia a aspectos cotidianos en relación al cuerpo, como «caminar», «lavarse», «desnudar», «utilizar». Es decir, que, de alguna forma, tienden a utilizar un discurso neutro o estrictamente referencial a lo obvio y con pocas connotaciones positivas o negativas.

En la gráfica siguiente se muestra el cruce de los ejes 2 y 3 con la posición de las palabras y las entrevistas. Los códigos de entrevista R/A para el/la entrevistador/a y O/A para el/la entrevistado/a son iguales a la gráfica precedente.



### PUNTOS MÚLTIPLES

PUNTO	* ABSCISA	* ORDENADA	* PUNTO	* ABSCISA	* ORDENADA
VISTO	* APROXIMADA	* APROXIMADA	OCULTO	* APROXIMADA	* APROXIMADA
LLIBERTA	* -.46	* .88	MIRADA	* -.46	* .88
MALALTIA	* .26	* .34	UTILITAT	* .26	* .34
COMPLEXE	* -.72	* .30	PITS	* -.72	* .30
FORÇA	* .20	* .24	SENSACIO	* .20	* .24
MANS	* -.92	* .08	TRISTESA	* -.92	* .08
AGAFAR	* -.07	* .05	MENJAR	* -.07	* .05
DORMIR	* .20	* -.05	FORT	* .20	* -.05
BO	* .26	* -.08	PENSAR	* .26	* -.08
BE	* .13	* -.27	EXPRESSA	* .13	* -.27
RENTARSE	* -.07	* -.53	INFLUIR	* -.07	* -.53

Los resultados del análisis de correspondencias simples comentados hasta ahora se han referido a las quince entrevistas sobre el cuerpo. De esta forma hemos podido analizar las correspondencias entre entrevistador-entrevistadora y entrevistado-entrevistada para cada individuo por separado en relación a lo que se ha dicho en las entrevistas. Esto nos ha proporcionado una visión individualizada de los efectos de interacción entre el género del entrevistador/a y el género del entrevistado/a.

La localización de los entrevistados en los cruces de los factores, si bien no ha resultado homogénea al cien por cien, sí que nos permite observar una tendencia a la agrupación y correspondencias con un conjunto de palabras de entrevistados del mismo sexo en función del entrevistador/a. Lo que nos interesa ahora es observar si estos resultados se mantienen homogeneizando los grupos, es decir, realizar un análisis de correspondencias simples en función de los grupos de entrevistador/a- entrevistado/a, o si se prefiere, de las condiciones de entrevista, y no en función de cada individuo. De esta forma, se han agrupado todas las entrevistas en las que intervienen entrevistador-entrevistado por un lado, entrevistador-entrevistada por otro, entrevistadora-entrevistada, y un último grupo formado por entrevistadora y entrevistado. Así pues, hemos tratado cada grupo de entrevistas como si fuera una producción discursiva única. Es cierto que en el ámbito de la psicología, y también de la psicología social, prescindir del individuo como

unidad de análisis resulta bastante extraño porque en cierto modo se ha reificado la persona individual como sujeto de análisis. Sin embargo, si queremos analizar las relaciones existentes entre condiciones de interacción discursiva y discurso elaborado, la forma más pertinente es prescindir de una identificación sujeto-persona.

El análisis frecuencial de la cantidad de palabras dichas en cada grupo de entrevistas concuerda lógicamente con el comentado con las quince entrevistas por separado, es decir, los hombres entrevistados por hombres son los que utilizan una mayor cantidad de palabras en las entrevistas (2179), reduciendo sensiblemente esta cantidad cuando son entrevistados por mujeres (998). Éstas por su parte, cuando son entrevistadas por mujeres utilizan una cantidad de palabras ligeramente inferior al grupo de los hombres (2111), e igualmente reducen la cantidad de palabras en las entrevistas cuando son entrevistadas por hombres (1751), aunque esta reducción de palabras es sensiblemente inferior a la que realizan los hombres cuando son entrevistados por mujeres.

### FRECUENCIAS DE PALABRAS PARA GRUPOS DE ENTREVISTAS

	* N°	/1000	MEDIA	* N° DE	/1000	* N°	*
	DE	DEL	POR	* PALABRAS	PAL. DEL	* DE PAL.	*
	*PALABRAS	TOTAL	RESPUESTA*	* DISTINTAS	TEXTO	*RETENIDAS*	
ENTREVISTADOR/ENTREVISTADO	* 2179	309.6	2179.0	* 148	67.9	* 1129	*
ENTREVISTADOR/ENTREVISTADA	* 1751	248.8	1751.0	* 142	81.1	* 888	*
ENTREVISTADORA/ENTREVISTADA	* 2111	299.9	2111.0	* 141	66.8	* 943	*
ENTREVISTADORA/ENTREVISTADO	* 998	141.8	998.0	* 120	120.2	* 428	*
G L O B A L	* 7039	1000.0	1759.8	*		* 3388	*

El análisis de correspondencias simples se ha aplicado a una tabla de contingencia donde en las columnas se sitúan los cuatro diferentes grupos de entrevistas y en las filas las palabras seleccionadas para el análisis, que son las mismas y con el mismo umbral de frecuencia que en el análisis anterior, es decir, palabras con una frecuencia de aparición superior a 5. La solución factorial del análisis de correspondencias simples, aplicado a los

cuatro grupos de entrevista nos proporciona los siguientes valores propios y porcentajes de varianza explicada por cada factor:

VALORES PROPIOS CUERPO INDIVIDUOS AGRUPADOS

NUMERO	VALOR PROPIO	PORCENT.	PORCENT. ACUMUL.
1	.1349	41.14	41.14
2	.1081	32.96	74.11
3	.0849	25.89	100.00

Podemos ver que con los dos primeros factores de los tres totales que nos proporciona el análisis abarcamos el 74.11% de la varianza total. La siguiente tabla nos muestra las palabras con mayor contribución en cada uno de los dos factores seleccionados:

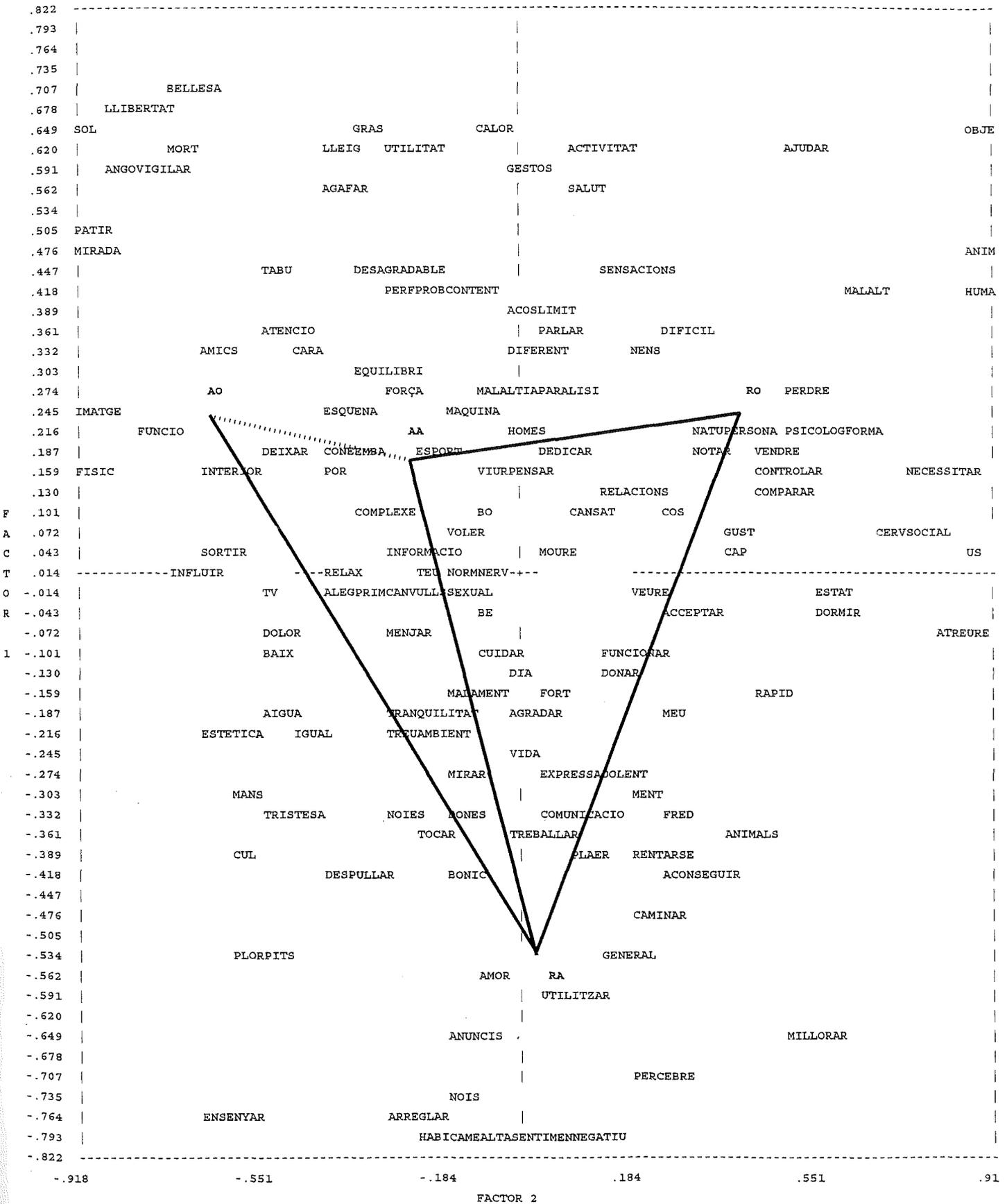
FACTOR 1		FACTOR 2	
Palabra	Cont.	Palabra	Cont.
Humà	8.3	Cames	5.7
Cos	6.6	Sentiments	4.6
Físic	5.3	Sensacions	3.9
Persona	4.0	Negatiu	3.9
Mirada	3.6	Utilitzar	3.5
Dolor	2.8	Emoció	3.4
Necessitar	2.7	Sentir	2.7
Social	2.7	Anuncis	2.2
Us	2.2	Caminar	2.1
Millor	2.0		
Animic	2.0		

El primer factor tiene un valor propio de 0.1349 y explica el 41.14% de la varianza total. Las palabras que componen este primer factor dan una idea amplia del cuerpo a través de dos aspectos típicamente opuestos. Aparece la palabra «físico» en tanto que objeto referencial objetivo, es decir, el cuerpo, pero además aparecen las palabras «cuerpo»,

«humano» y «persona» en tanto que conceptos indisociables del cuerpo; la persona sin el cuerpo no «es». Cuerpo y persona parecen ser dos conceptos que se pueden nombrar por separado pero que se refieren a una misma cosa. Después tenemos las palabras que hacen referencia a diversos aspectos importantes tanto para el cuerpo como para la persona: palabras como «dolor», «mirada», referidas más al aspecto físico del cuerpo, y las palabras como «anímico», «uso», y «social» referidas al aspecto más humano. De alguna forma este factor hace referencia a una idea completa del cuerpo a través de su oposición, abarcando una diversidad de aspectos como el físico, el humano, el personal, el social y el anímico.

El segundo factor tiene un valor propio de 0.1081 y explica el 32.96 de la varianza total. Este factor conjuga aspectos típicamente comerciales sobre el cuerpo a nivel de la utilización que se le da en los anuncios publicitarios y el manejo de los sentimientos, emociones, hábitos, etc., opuestos a un solo concepto, el de «sensaciones», que curiosamente no aparece ligado a los sentimientos y a las emociones.

La situación de los diferentes grupos de entrevistas se puede observar en la gráfica de cruce de los dos primeros factores analizados. Los códigos de grupos de entrevistas son los mismos que hemos utilizado anteriormente, pero ahora, lógicamente, sin la numeración individual de cada entrevista dentro de cada grupo.



PUNTOS MÚLTIPLES

PUNTO	* ABSCISA	* ORDENADA *	PUNTO	* ABSCISA	* ORDENADA *
VISTO	* APROXIMADA	* APROXIMADA *	OCULTO	* APROXIMADA	* APROXIMADA *
AGAFAR	* -.37	* .53 *	OBERT	* -.37	* .53 *
FORÇA	* -.24	* .25 *	INTENTAR	* -.24	* .25 *
MALALTIA	* -.06	* .25 *	PREOCUFA	* -.06	* .25 *
HOMES	* .00	* .19 *	PODER	* .00	* .19 *
FISIC	* -.86	* .13 *	MILLOR	* -.86	* .13 *
ACCEPTAR	* .31	* -.07 *	CONTACTE	* .31	* -.07 *
DIA	* .00	* -.16 *	VELLESSA	* .00	* -.16 *
FRED	* .31	* -.36 *	POSITIU	* .31	* -.36 *
NOIES	* -.24	* -.36 *	SENTIR	* -.24	* -.36 *
COMUNICA	* .06	* -.36 *	SEU	* .06	* -.36 *
CAMES	* -.12	* -.82 *	EMOCIO	* -.12	* -.82 *

Cuando los hombres son entrevistados por hombres se sitúan próximos al polo positivo del primer factor, donde se localizan las referencias al cuerpo en relación a aspectos psicológicos, sociales y humanos e igualmente próximos a la palabra sensaciones que caracteriza el polo positivo del segundo factor. Cuando los hombres son entrevistados por mujeres se sitúan en el polo opuesto del primer factor. En esta zona se localizan las palabras que se refieren al cuerpo físico en relación a la imagen, los amigos, las funciones, los tabúes y la mirada, lo que supone un cambio notable con lo que cotidianamente se suele suponer que es el discurso de los hombres cuando hablan con mujeres. Las mujeres entrevistadas por mujeres se sitúan más próximas al centro de la gráfica, aunque situadas dentro del polo negativo del primer factor, por tanto, dentro del contenido físico en relación al cuerpo. Las palabras que circundan a este grupo de entrevistas son más concretas y guardan relación con aspectos de mantenimiento del cuerpo y con elementos problemáticos como «deporte», «espalda», «equilibrio», «información», «embarazo», «fuerza», etc.

Por contra, cuando las mujeres son entrevistadas por hombres se desplazan al polo negativo del segundo factor, cambiando el contenido de su discurso hacia aspectos concretos del cuerpo, que siguiendo una idea estereotipada se atribuirían más a entrevistas entre hombres que no al habla entre hombres y mujeres. Palabras como «desnudarse», «pechos», «culo», «tocar», «placer», «percibir», etc., se sitúan alrededor de este grupo, lo que

supone también un cambio notable en el contenido del discurso en las mujeres entrevistadas.

### 3.2.2.1.3 CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS

En los resultados comentados hasta el momento hemos analizado las correspondencias entre grupos de entrevistados y las palabras dichas en un conjunto de entrevistas. Lo que nos queda por ver con estos datos es qué conjunto de palabras es más característico para qué grupo de entrevistas, y analizar si estas palabras características presentan o no diferencias significativas con respecto al resto de los grupos. Las tablas de datos que presentamos a continuación nos muestran para cada grupo de entrevistas sus palabras más características, la comparación de estas palabras del grupo en relación al global, el valor «t» de la comparación y el nivel de significación de cada valor «t». Estos datos se proporcionan para las cinco palabras más características dichas por cada grupo (parte superior de las tablas) y para las cinco palabras más características no dichas o dichas con menor frecuencia en cada grupo (parte inferior de las tablas).

Entrevistador - Entrevistado

PALABRAS CARACTERISTICAS	PORCENTAJE		FRECUENCIA		V. TEST	SIG.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNA	GLOBAL		
1 HUMA	3.48	1.23	30.	33.	6.935	.000
2 PERSONA	5.80	3.43	50.	92.	4.381	.000
3 NECESITAR	1.62	.74	14.	20.	3.267	.001
4 SOCIAL	1.62	.74	14.	20.	3.267	.001
5 OBJECTIUS	.93	.34	8.	9.	3.191	.001
5 ESTETICA	.12	.60	1.	16.	-2.114	.017
4 DOLOR	.81	1.82	7.	49.	-2.687	.004
3 CAMES	.12	.82	1.	22.	-2.845	.002
2 SENTIR	1.97	3.61	17.	97.	-3.158	.001
1 FISIC	.23	1.27	2.	34.	-3.474	.000

Para las entrevistas realizadas por entrevistadores y entrevistados, las palabras más características son «humano», «persona», «necesitar», «social» y «objetivos», presentando

todas ellas diferencias significativas con respecto al resto de grupos de entrevistas. Podemos decir que los hombres cuando son entrevistados por hombres en relación al cuerpo, se caracterizan por referencias al cuerpo en términos globales, relacionando el cuerpo con la persona y haciendo mención de objetivos, necesidades y a la dimensión social. Igualmente, este grupo se caracteriza por hacer referencias significativamente menores, en términos de frecuencias, a aspectos más concretos y relacionados con un cuerpo físico como la estética, el dolor, las piernas, el sentir y el físico, que el resto de grupos de entrevistas.

Estas referencias de los hombres en relación al cuerpo, cambian cuando son entrevistados por mujeres.

## Entrevistadora - Entrevistado

PALABRAS CARACTERISTICAS	PORCENTAJE		FRECUENCIA		V. TEST	SIG.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNA	GLOBAL		
1 FISIC	3.84	1.27	14.	34.	3.844	.000
2 TABU	3.56	1.27	13.	34.	3.458	.000
3 MIRADA	1.64	.37	6.	10.	3.161	.001
4 DOLOR	4.11	1.82	15.	49.	2.978	.001
5 LLIBERTAT	1.37	.34	5.	9.	2.692	.004
5 UTILITZAR	.27	1.27	1.	34.	-1.713	.043
4 CAMES	.00	.82	0.	22.	-1.754	.040
3 ULLS	.00	.86	0.	23.	-1.822	.034
2 NOTAR	.00	.86	0.	23.	-1.822	.034
1 PERSONA	.55	3.43	2.	92.	-3.626	.000

El cambio de palabras características no se puede decir que sea totalmente antagónico, pero sí que en esta condición se caracterizan por decir palabras que cuando eran entrevistados por hombres se caracterizaban por no decir, o por decir las con una frecuencia muy baja, como por ejemplo la palabra «físico» y la palabra «dolor», que en esta condición presentan diferencias significativas en relación a los otros grupos. Además de estas palabras, incorporan las palabras «tabú», «mirada» y «libertad» igualmente con diferencias significativas. A pesar de todo, los hombres, en esta condición, siguen caracterizándose por no hacer referencias concretas a partes del cuerpo, como por ejemplo «piernas» u «ojos», y a mencionar con una frecuencia muy baja (2) la palabra persona,

cuando en la condición de ser entrevistados por hombres esta palabra alcanzaba una frecuencia de 50.

## Entrevistadora - Entrevistada

PALABRAS CARACTERISTICAS	PORCENTAJE		FRECUENCIA		V. TEST	SIG.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNA	GLOBAL		
1 PROBLEMES	2.39	1.12	18.	30.	3.507	.000
2 PODER	6.78	4.84	51.	130.	2.750	.003
3 ULLS	1.73	.86	13.	23.	2.684	.004
4 OBERT	.66	.22	5.	6.	2.416	.008
5 AGAFAR	.66	.22	5.	6.	2.416	.008
5 NEGATIU	.00	.52	0.	14.	-2.329	.010
4 CERVELL	.00	.60	0.	16.	-2.567	.005
3 SOCIAL	.00	.74	0.	20.	-2.997	.001
2 PLAER	.13	1.08	1.	29.	-3.136	.001
1 HUMA	.00	1.23	0.	33.	-4.130	.000

El grupo de entrevistas en las que intervienen entrevistadoras y entrevistadas, se caracteriza por las palabras «problemas», «poder», «ojos», «abierto» y «coger», con diferencias significativas con respecto al resto de grupos. Sus referencias al cuerpo no son excesivamente tangibles, es decir, no son referencias concretas a partes (a excepción de la palabra ojos) ni a una visión del cuerpo definida, a no ser que sea en términos de problemas y capacidades. Este grupo de entrevistas se caracteriza igualmente por no hacer referencia al cerebro, ni a aspectos sociales, ni a lo negativo, ni a lo humano en relación al cuerpo; elementos que por el contrario son característicos de los hombres cuando son entrevistados por hombres. Tampoco hacen referencia, o en todo caso una referencia muy baja con una frecuencia de 1, al placer en relación al cuerpo, cuando esta palabra en el resto de los grupos presenta globalmente una frecuencia de 29.

Entrevistador - Entrevistada

PALABRAS CARACTERISTICAS	PORCENTAJE		FRECUENCIA		V. TEST	SIG.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNA	GLOBAL		
1 CAMES	2.12	.82	15.	22.	3.920	.000
2 SENTIMENTS	.85	.22	6.	6.	3.408	.000
3 SENTIR	5.80	3.61	41.	97.	3.370	.000
4 NEGATIU	1.41	.52	10.	14.	3.280	.001
5 UTILITZAR	2.55	1.27	18.	34.	3.157	.001
5 MORT	.00	.60	0.	16.	-2.436	.007
4 PROBLEMES	.28	1.12	2.	30.	-2.467	.007
3 PODER	3.11	4.84	22.	130.	-2.478	.007
2 HUMA	.28	1.23	2.	33.	-2.725	.003
1 SENSACIONS	.85	2.94	6.	79.	-4.112	.000

Las mujeres cuando son entrevistadas por hombres dejan de hablar de problemas y de capacidades o reducen significativamente estas palabras, para pasar a hablar de «sentir» y de «sentimientos». Se incorpora otra parte del cuerpo en la lista de las palabras más características, en este caso las piernas, y en esta condición sí se caracterizan por mencionar las palabras «negativo» y «utilizar» de forma significativamente más elevada que en el resto de los grupos. También se caracterizan por no mencionar la palabra «muerte» y con muy poca frecuencia la palabra «humano» y «sensaciones».

Como puede observarse, las palabras que caracterizan a cada grupo de entrevistas y las correspondencias entre palabras y grupos de entrevistas presentan bastantes similitudes, con lo que la diferenciación de los grupos en función de la interacción entre el sexo del entrevistador/a y el sexo del entrevistado/a queda puesta en evidencia, de forma más o menos constante, tanto a nivel de correspondencias como a nivel de palabras características para cada grupo de entrevistas.

### 3.2.2.2 RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS

El cuestionario sobre el cuerpo consta, como ya lo hemos indicado, de un total de 115 preguntas sin incluir las censales. A fin reducir el análisis de las diferencias de estas 115 preguntas en función de las condiciones de administración y el género del entrevistador/a, y a fin de ganar en coherencia y globalidad en relación al análisis de las respuestas a estas 115 preguntas, aplicamos una serie de análisis factoriales para cada conjunto de preguntas en el que fuera pertinente realizar una agrupación bajo el mismo análisis. Por ejemplo, algunas de las preguntas en el cuestionario que están planteadas en forma de escala de distancia, preguntando diversos aspectos en relación a un mismo tema, etc. Algunas de las escalas de distancia a las que se aplica un análisis factorial, no son el ejemplo típico de reducción de variables, ya que en algunas de ellas se aplica a cuatro variables, pero a pesar de ello y con el objetivo de conseguir una reducción global del conjunto de variables del cuestionario, se optó por aplicar el análisis factorial incluso en el caso de que la escala constase de pocas variables, siempre y cuando los resultados de dichos análisis, valores propios y cantidad de varianza explicada, permitiesen utilizar dicha reducción.

Se han aplicado dos tipos de análisis factorial. Para las variables cuantitativas se han aplicado análisis factoriales de componentes principales, cuya solución factorial implica la independencia de los factores o componentes calculados, y para las variables categoriales y abiertas se han aplicado análisis factoriales de componentes principales no lineales (análisis PRINCALS del módulo CATEGORIES del SPSS/PC).

Una vez efectuados los análisis factoriales y antes de proceder a considerar las diferencias hipotetizadas se realizaron una serie de análisis con el objetivo de considerar los posibles efectos individuales producidos por el hecho de haber utilizado cuatro encuestadores (dos hombres y dos mujeres). En primer lugar se efectuó un análisis de la varianza simple, no encontrando diferencias significativas sistemáticas producidas por los encuestadores. En segundo lugar, las escasas y asistemáticas diferencias obtenidas se diluyen si se considera las diferencias internas entre los entrevistadores por una parte y las entrevistadoras por otra, mediante sendas comparaciones de medias. Finalmente, también las escasas diferencias generales se diluyen si se considera cada forma de administración por separado, cuestionario autoadministrado y entrevistado, mediante sendas comparaciones de medias.

Hemos preferido despear estos posibles efectos extraños en nuestra investigación a través de pruebas simples que manifiesten los efectos principales de estas posibles fuentes de variación ya que siendo el género del/de la entrevistador/a una de las variables

manipuladas su consideración en la interacción con otras variables entraría en el terreno de las hipótesis y no de la validez metodológica de la investigación.

El sistema de presentación de resultados será ofrecer, para cada bloque de contenidos, el resultado de la solución factorial. A continuación, si las hubiera, se explicitarán las diferencias significativas en función de las variables manipuladas forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a. Finalmente, también en caso de obtenerse, se expondrán los efectos de interacción de estas variables con la de sexo del/de la entrevistado/a.

### 3.2.2.2.1 LAS METÁFORAS DEL CUERPO

En la primera escala de distancia del cuestionario se preguntaba a la persona hasta qué punto creía que el cuerpo es similar a una máquina, una planta, un ordenador y una obra de arte, dando para cada similitud una escala de 1 a 7, donde el 1 significaba poca similitud y el 7 mucha. El análisis factorial de componentes principales aplicado a estas cuatro variables, nos proporciona dos factores con valores propios superiores a uno, explicando entre ambos un 59.9% de la varianza total. La matriz rotada por el método Varimax nos proporciona las contribuciones de las variables a cada factor. En cada matriz factorial aparecen las contribuciones superiores a .3 a fin de facilitar la lectura de la matriz. El primer factor se caracteriza por una mayor contribución de las variables ordenador y máquina, siendo un factor compuesto por los elementos propuestos que denotan una imagen del cuerpo como un «conjunto de piezas». Cada «pieza» tiene una función y conjuntamente forman la máquina, el cuerpo, pero no sólo como una idea de movimiento o de función, sino que también se incorpora la idea de procesamiento de información. A este factor lo hemos denominado factor mecanicista. En el segundo factor son las variables obra de arte y planta las que presentan una mayor contribución, siendo un factor compuesto por los elementos propuestos más naturales de similitud con el cuerpo; en este caso cabe destacar la variable obra de arte con una contribución negativa. Podríamos decir que este factor recoge una imagen del cuerpo más biológica o de ser vivo, por este motivo lo hemos denominado factor biológico.

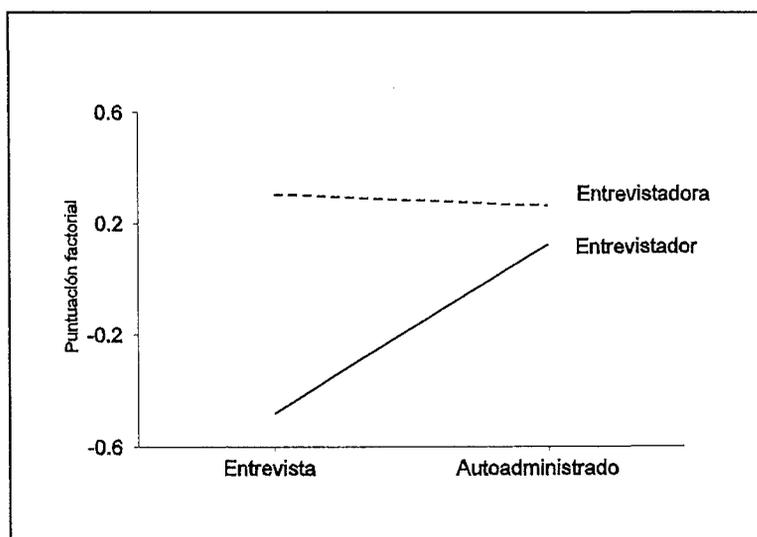
	FACTOR 1	FACTOR 2
ORDENADOR	.83864	
MAQUINA	.71996	.34150
OBRA DE ARTE		-.76796
PLANTA		.64763
Valor propio	1.31	1.09

Sobre las puntuaciones factoriales se ha procedido a aplicar un análisis de la varianza múltiple, con las variables forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a como variables independientes, y los factores como variables dependientes. Este procedimiento se ha realizado para cada análisis factorial.

Para estos factores, los resultados del análisis de la varianza nos muestran efectos multivariados significativos de interacción entre las dos variables independientes, ( $F_{(2, 74)} = 5.99, P < .004$ ), así como también efectos significativos de interacción para cada variable dependiente por separado. Para el factor mecanicista, el análisis nos da una  $F_{(1, 75)} = 3.74, P < .05$ , y para el factor biológico una  $F_{(1, 75)} = 7.57, P < .007$ . El resto de efectos no resultaron significativos.

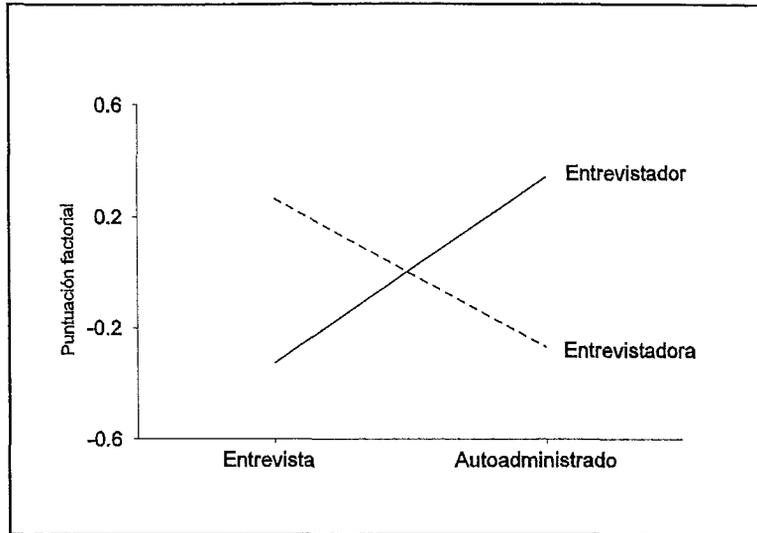
Si observamos las medias podemos ver que en el factor mecanicista, cuando las personas son preguntadas de forma entrevistada por un entrevistador, opinan que el cuerpo no responde a esta imagen mecanicista; por contra, son más partidarias de esta imagen cuando son preguntadas por una entrevistadora.

Esta diferencia se reduce significativamente cuando las personas son preguntadas a través del cuestionario autoadministrado.



Medias factoriales de cada condición para el factor de imagen mecanicista del cuerpo.

Para el factor biológico observamos la misma tendencia de respuesta en la forma de administración entrevistada del cuestionario, es decir, cuando son preguntados por un entrevistador, las personas opinan que el cuerpo responde poco a esta imagen. Cuando son preguntados por una entrevistadora se manifiestan más próximos a esta imagen.



Medias factoriales de cada condición para el factor de imagen biológica del cuerpo

Estos resultados se invierten en el cuestionario autoadministrado. Cuando el cuestionario es entregado por un entrevistador, la imagen del cuerpo es más próxima a este factor; por contra, cuando el cuestionario es entregado por una entrevistadora las personas se muestran menos partidarias de esta imagen.

La siguiente tabla muestra las medias de cada factor para cada condición de las variables manipuladas.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad-ministrado	Entrevista	Autoad-ministrado
Imagen mecanicista	-0.48	.13	.30	.06
Imagen biológica	-.33	.27	.34	-.27

### 3.2.2.2.2 LAS FUNCIONES DEL CUERPO

Otra escala de distancia preguntaba acerca de cómo se valora el uso del cuerpo como elemento de seducción, para dar una imagen diferente, como objeto de placer, para sentirse bien con uno mismo y para conseguir alguna cosa más fácilmente. Cada uno de estos usos se contesta con una escala de 1 a 7, donde el 1 significaba una valoración positiva y el 7 una valoración negativa. El análisis factorial nos proporciona dos factores con valores propios superiores a uno, explicando entre ambos un 62.8% de la varianza total. La matriz factorial rotada nos muestra las contribuciones de las cinco variables a cada factor.

	FACTOR 1	FACTOR 2
SEDUCCIÓN	.81553	
SENTIRSE BIEN	.77596	
PLACER	.72919	
CONSEGUIR COSA		.89017
DAR IMAGEN		.64060
Valor propio	2.12	1.01

El primer factor lo hemos denominado de obtención de sensaciones. Las variables del uso del cuerpo como elemento de seducción, el uso del cuerpo para sentirse bien con uno mismo y el uso del cuerpo como un objeto de placer son las que presentan una contribución más elevada. De los diferentes usos propuestos para su valoración, son estos tres los que tienen en común, aunque de forma diferente, el objetivo de obtener diversas sensaciones: sensación de gustar, sensación de sentirse bien y sensación de placer. El segundo factor lo hemos denominado factor de modificación y está compuesto por los usos de dar una imagen diferente y de conseguir alguna cosa más fácilmente; de alguna forma estos usos del cuerpo pretenden la modificación de un resultado que posiblemente sería diferente de no mediar este uso.

El análisis de la varianza aplicado a estos dos factores y a las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a no mostró ningún efecto significativo.

En la tabla siguiente podemos observar las medias de cada factor para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Obtención de sensaciones	.24	-.03	-.24	.02
Factor de modificación	.05	-.02	-.10	.07

### 3.2.2.2.3 LAS SENSACIONES CORPORALES

En el cuestionario también se preguntó acerca de cuales eran las sensaciones que las personas relacionaban con andar, con hacer el amor, con una situación de enfermedad y con una situación de muerte de una persona cercana. La intención fue la de intentar que quedasen reflejadas una serie de actividades del amplio abanico de posibilidades en las que el cuerpo es protagonista, de esta forma pensamos en la cotidianeidad, en el placer, en la enfermedad y en la muerte. Para cada una de estas actividades y situaciones se propuso una misma serie de sensaciones: sensación de relajamiento, de cansancio, de desánimo, de placer, de impotencia, de angustia, de plenitud, de fracaso y sensación de dolor. Para cada sensación se proporcionaba una escala de distancia de 1 a 7, donde el 1 indicaba poca relación de la sensación con la actividad, y el 7 indicaba mucha relación. La lista de sensaciones propuestas contiene sensaciones que se podrían denominar físicas y sensaciones que se podrían denominar psicológicas, y es que resulta difícil establecer la naturaleza de las sensaciones en términos de sensación física o psicológica. Podría pensarse que si el tema del cuestionario es el cuerpo, las sensaciones que se tendrían que proponer tendrían que ser sensaciones físicas, pero esta argumentación de cuerpo igual a físico es poco sólida o en todo caso muy parcial, por este motivo seleccionamos sensaciones habituales y reconocibles más que sensaciones físicas y psicológicas.

Para la actividad de **andar**, el análisis factorial nos proporciona tres factores con valores superiores a uno, explicando conjuntamente un 59.5% de la varianza total. La matriz rotada de pesos factoriales nos proporciona los siguientes resultados:

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
IMPOTENCIA	.78971		
FRACASO	.75412		
DESANIMO	.59115		
DOLOR		.76186	
ANGUSTIA		.74319	
CANSANCIO		.72447	
RELAJACIÓN			.84979
PLACER			.74900
PLENITUD			.61351
Valor propio	2.62	1.72	1.01

El primer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de capacidad y está compuesto por las sensaciones de impotencia, fracaso y desánimo. El segundo factor lo hemos denominado factor de sensaciones de dolor y está compuesto por las sensaciones de dolor, angustia y cansancio. El tercer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de placer y está compuesto por las sensaciones de relajamiento, placer y plenitud. El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración y entrevistador, no mostró ningún efecto significativo.

La siguiente tabla ofrece las medias factoriales de las sensaciones de andar para cada condición

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Sensaciones de capacidad	-.04	-.28	.18	.14
Sensaciones de dolor	-.15	.08	.04	-.27
Sensaciones de placer	.09	.14	-.13	-.11

Para la actividad de **hacer el amor** el análisis factorial nos proporciona tres factores con valores propios superiores a uno, que conjuntamente explican el 70% de la varianza total.

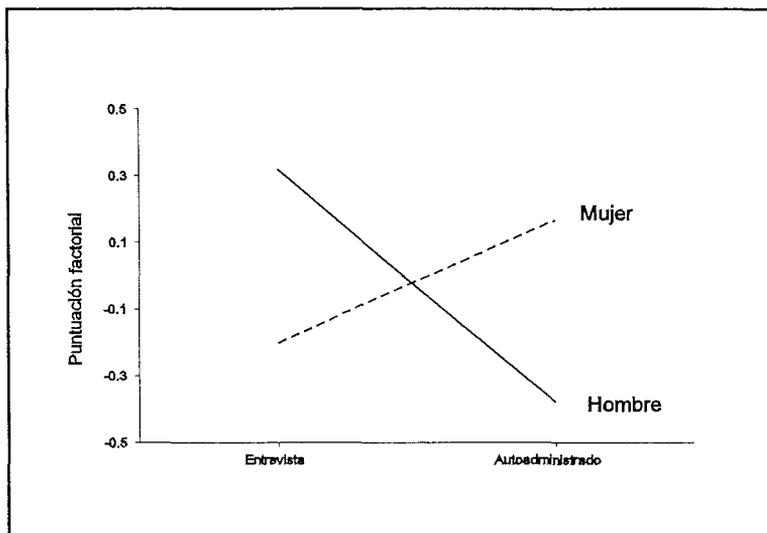
	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
FRACASO	.85214		
IMPOTENCIA	.81417		
DESANIMO	.78956	-.36708	
ANGUSTIA	.72314	-.49645	
DOLOR	.70070		
PLACER		.85446	
PLENITUD		.79798	
RELAJACIÓN			.80756
CANSANCIO	.30650		.68491
Valor propio	3.23	1.92	1.15

El primer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de efectos negativos y está compuesto por las sensaciones de fracaso, impotencia, desanimo, angustia y dolor. Curiosamente la actividad de hacer el amor, junto con la situación de muerte de una persona cercana, es la actividad que aglutina en un solo factor todas las sensaciones que podríamos denominar negativas, quedando diferenciada la sensación de cansancio que presenta una contribución más elevada en el tercer factor. El segundo factor lo hemos denominado factor de sensaciones placenteras y está compuesto por las sensaciones de placer y plenitud, y finalmente, el tercer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de actividad física y está compuesto por las sensaciones de relajación y cansancio. Es interesante destacar que las dos variables contribuyen positivamente en el factor cuando inicialmente podría pensarse que son, en cierta medida, antagónicas.

El análisis de la varianza aplicado a estos tres factores con las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto significativo de la variable sexo del/de la entrevistador/a sobre el factor de sensación de actividad con una  $F_{(1, 75)} = 5.19$ ,  $P < .025$ . Cuando las personas son preguntadas de forma entrevistada por un entrevistador relacionan en mayor medida las sensaciones de actividad física con hacer el amor ( $\bar{x} = .24$ ), que cuando son preguntadas por una entrevistadora ( $\bar{x} = -.25$ ). El resto de efectos no resultaron significativos.

El análisis de la interacción de la variable sexo del/de la entrevistado/a con las dos variables manipuladas nos muestra una triple interacción significativa multivariada ( $F_{(3,69)} = 3.73$ ,  $P < .023$ ) sobre los tres factores de sensaciones de hacer el amor.

A su vez, la variable forma de administración del cuestionario presenta una interacción significativa con la variable sexo del/de la entrevistad/a ( $F_{(1,71)} = 4.91, P < .03$ ) sobre el factor de sensaciones placenteras. Los hombres y las mujeres manifiestan opiniones diferentes en la relación de sensaciones placenteras con hacer el amor. En la forma entrevistada del cuestionario, los hombres relacionan en mayor medida que las mujeres las sensaciones placenteras con hacer el amor. En la forma autoadministrada del cuestionario son las mujeres



Medias factoriales de cada condición para el factor de sensaciones placenteras asociadas a hacer el amor.

las que establecen esta relación en mayor medida que los hombres. El efecto de esta interacción, en realidad, muestra claramente la producción social activa de los estereotipos y normas sexuales, que adjudica a la mujer el recato público al referirse a las relaciones sexuales (sólo se sospecha un pensamiento privado de la mujer), adjudicando al hombre la «libertad» de hacer uso y jactancia pública de ellas.

La siguiente tabla muestra las medias correspondientes a cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Sensaciones de efectos negativos	.20	-.20	-.07	.07
Sensaciones placenteras	.16	-.01	.06	-.21
Sensaciones de relajación	.16	-.50	.32	-.01

Para la situación de **enfermedad**, el análisis factorial nos proporciona tres factores con valores propios superiores a uno que conjuntamente explican el 65.4% de la varianza total.

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
ANGUSTIA	.82947		
DOLOR	.81558		
IMPOTENCIA	.69428		.42885
FRACASO	.43581		
PLACER		.84349	
PLENITUD		.83572	
RELAJACIÓN		.76582	
CANSANCIO			.91505
DESANIMO	.42520		.69429
Valor propio	2.8	1.99	1.11

El primer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de incontrolabilidad y está compuesto por las sensaciones de angustia, dolor, impotencia y fracaso. El segundo factor lo hemos denominado factor de sensaciones de resolución de la enfermedad y está compuesto por las sensaciones de placer, plenitud y relajamiento. El tercer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de desgaste y está formado por las sensaciones de cansancio y desánimo.

El análisis de la varianza aplicado a estos tres factores y a las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a no nos proporciona ningún efecto significativo.

A continuación podemos ver en la tabla las medias para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Sensaciones de incontrolabilidad	.08	.11	.05	-.23
Sensaciones de solución	.48	-.11	-.14	-.23
Sensaciones de desgaste	-.07	-.04	-.12	.23

Para la situación de **muerte** de una persona cercana, el análisis factorial nos proporciona tres factores con valores propios superiores a uno, explicando conjuntamente un 65.6% de la varianza total.

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
ANGUSTIA	.79348		
DESÁNIMO	.74975		
IMPOTENCIA	.69944		
FRACASO	.66190		
CANSANCIO	.63616		-.35832
DOLOR	.61229	-.44060	
PLACER		.90420	
PLENITUD			.91128
RELAJACIÓN		.61031	.66089
Valor propio	3.18	1.64	1.08

El primer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de abatimiento y está compuesto por las sensaciones de angustia, desánimo, impotencia, fracaso, cansancio y dolor. En esta ocasión a diferencia de la actividad de hacer el amor, en este factor sí quedan incluidas en su composición todas las sensaciones negativas, incluida la sensación de cansancio. El segundo factor lo hemos denominado factor de sensaciones de placer y está compuesto por la sensación de placer. El tercer factor lo hemos denominado factor de sensaciones de aceptación de la situación y está compuesto por las sensaciones de plenitud y relajamiento.

El análisis de la varianza aplicado a estos tres factores y a las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto significativo de la variable sexo del/de la entrevistador/a sobre el factor de placer con una  $F_{(1, 75)} = 4.09$ ,  $P < .046$ . Cuando las personas son preguntadas de forma entrevistada por una entrevistadora relacionan, en menor medida, la sensación de placer con una situación de muerte de una persona cercana ( $\bar{x} = -.23$ ), que cuando son preguntadas por un entrevistador ( $\bar{x} = .22$ ). El resto de efectos no resultaron significativos.

La siguiente tabla de medias ofrece los resultados para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Sensaciones de abatimiento	.09	-.29	.16	.04
Sensaciones de placer	.08	.36	-.21	-.25
Sensaciones de aceptación	.3	-.18	-.03	-.09

De las 45 preguntas realizadas a través de escalas de distancia, hemos pasado a 16 factores, 12 de los cuales corresponden a las preguntas acerca de relación de sensaciones y diversas actividades y situaciones. Teniendo en cuenta que las sensaciones propuestas para cada actividad eran las mismas, se ha podido observar la diferente composición de los factores en relación a las actividades y cómo una misma sensación se agrupa con unas u otras sensaciones en función de la actividad o situación. Por ejemplo, la sensación de cansancio que en la actividad de caminar contribuye a la formación del segundo factor junto con dolor y angustia, en la actividad de hacer el amor contribuye a la formación del tercer factor junto con relajamiento, y en la situación de enfermedad contribuye a la formación del tercer factor junto con desánimo.

En cuanto a la incidencia de las variables forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a se han observado cuatro efectos, dos de interacción en relación a los dos factores de imagen del cuerpo, en los que se observa que en función de la forma de administración se modifican las respuestas en relación al entrevistador y entrevistadora. Los otros dos efectos observados son efectos diferenciales en dos factores de sensaciones, uno en el factor de sensaciones de actividad física en relación a la actividad de hacer el amor, y otro en el factor de sensación de placer en relación a la situación de muerte de una persona cercana. En ambos factores los efectos diferenciales han sido en relación a la variable sexo del/ de la entrevistador/a y en la misma tendencia, es decir, tanto en un factor como en otro, cuando las personas han sido preguntadas por una entrevistadora han optado por manifestar una menor relación del factor con la actividad o la situación que cuando han sido preguntadas por un entrevistador.

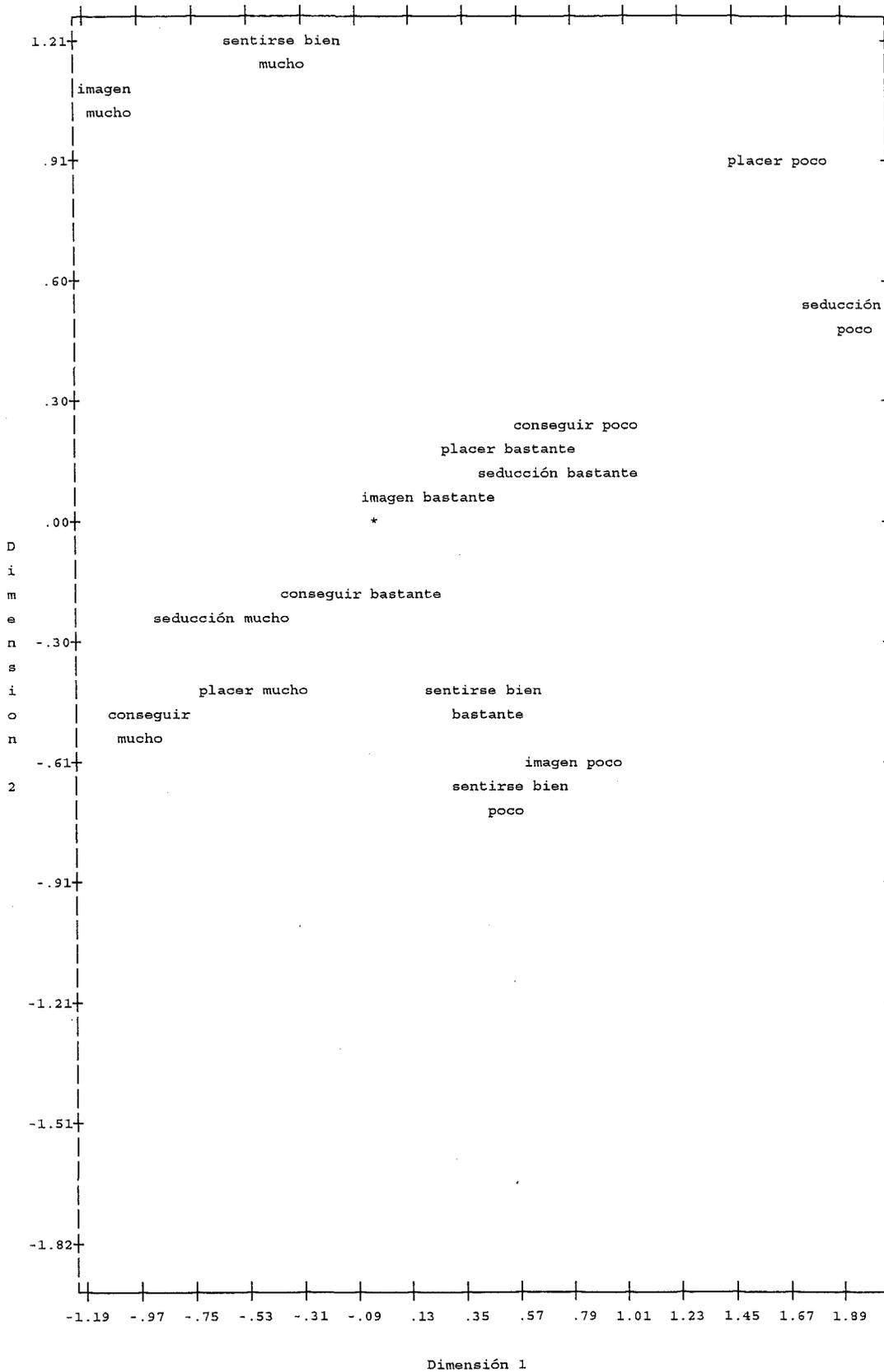
## 3.2.2.2.4 LAS UTILIDADES DEL CUERPO

En el cuestionario también se preguntó sobre la utilización del cuerpo, con el siguiente enunciado: «cree que en general la gente utilizamos nuestro cuerpo: como elemento de seducción, para dar una imagen diferente, como objeto de placer, para sentirse bien con uno mismo y para conseguir alguna cosa más fácilmente». Para cada uno de estos posibles usos se proponen tres alternativas: poco, bastante y mucho. El análisis factorial aplicado (PRINCALS) a este conjunto de cinco preguntas, nos proporciona dos factores con los siguientes valores propios:

Factor	Valor propio
1	0.3817
2	0.2391

Valores propios que se pueden considerar válidos por ser su valor más grande que  $1/n^{\circ}$  de variables, en nuestro caso  $1/5 = 0.2$ . Las contribuciones de las variables a cada factor y la gráfica del cruce de los dos factores, nos permiten su interpretación y ver la situación de las variables con sus categorías:

VARIABLE	CONTRIBUCIONES FACTORIALES	
	DIMENSIÓN	
-----	1	2
SEDUCCIÓN	-.778	-.219
IMAGEN	-.585	.543
PLACER	-.679	-.422
SENTIRSE BIEN	-.379	.779
CONSEGUIR	-.597	-.261



El primer factor o dimensión está constituido fundamentalmente por las variables de uso del cuerpo como elemento de seducción, como objeto de placer, para conseguir algo más fácilmente y, en menor medida, para dar una imagen diferente. En definitiva, este factor recoge los usos del cuerpo como un medio externo a través del cual poder conseguir determinados objetivos. El segundo factor está compuesto fundamentalmente por el uso del cuerpo para sentirse bien con uno mismo, lo que también significa un uso del cuerpo para un determinado objetivo, pero no como un elemento externo sino como parte de la propia persona. En este factor contribuye en cierta medida también el uso de dar una imagen diferente, lo que lleva implícito de alguna forma un uso del cuerpo que implica a la propia persona, en este caso en cuanto a su identificación.

En la gráfica podemos observar cómo en el primer factor se oponen los usos del cuerpo como medio externo, diferenciando la intensidad del uso. En el polo positivo del factor nos encontramos con estos usos con menor intensidad y en el polo negativo figuran los mismos con una mayor intensidad de uso. El segundo factor diferencia los usos del cuerpo en relación a la propia persona con una mayor intensidad en el polo positivo, donde podemos ver los usos de sentirse bien con uno mismo y para dar una imagen diferente en la parte superior izquierda, y los usos de objeto de placer y de seducción con una menor intensidad en la parte superior derecha.

Una vez salvadas las puntuaciones factoriales de los dos factores, el análisis de la varianza múltiple aplicado para estos factores no nos muestra ningún efecto significativo.

En la tabla siguiente podemos observar las medias de los factores de utilidades del cuerpo para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Medio consecución de objetivos	.04	.08	-.08	-.04
Productor de satisfacción	.16	-.39	.13	.11

## 3.2.2.2.5 LOS CUIDADOS NECESARIOS

Otra pregunta del cuestionario hacía referencia al cuidado de nuestro cuerpo. Concretamente, se preguntó: «normalmente cuido mi cuerpo a nivel de: salud, forma física, apariencia (estética) y sensaciones». Para cada tipo de cuidado se ofrecían las alternativas de poco, bastante y mucho. El análisis factorial aplicado a estas cuatro variables nos proporciona dos factores con los siguientes valores propios, valores que se pueden considerar válidos en relación a  $1/4 = 0.25$ :

Factor	Valor propio
1	.4794
2	.2496

## CONTRIBUCIONES FACTORIALES

VARIABLE	DIMENSIÓN	
	1	2
SALUD	.797	-.277
FORMA FÍSICA	.800	-.039
APARIENCIA	.766	.035
SENSACIONES	.236	.959

En la tabla de las contribuciones de las variables a los factores, podemos observar que el primer factor está compuesto por los cuidados de salud, forma física y apariencia, siendo un factor de cuidados de salud y de estética. El segundo factor está compuesto únicamente por el cuidado de sensaciones.

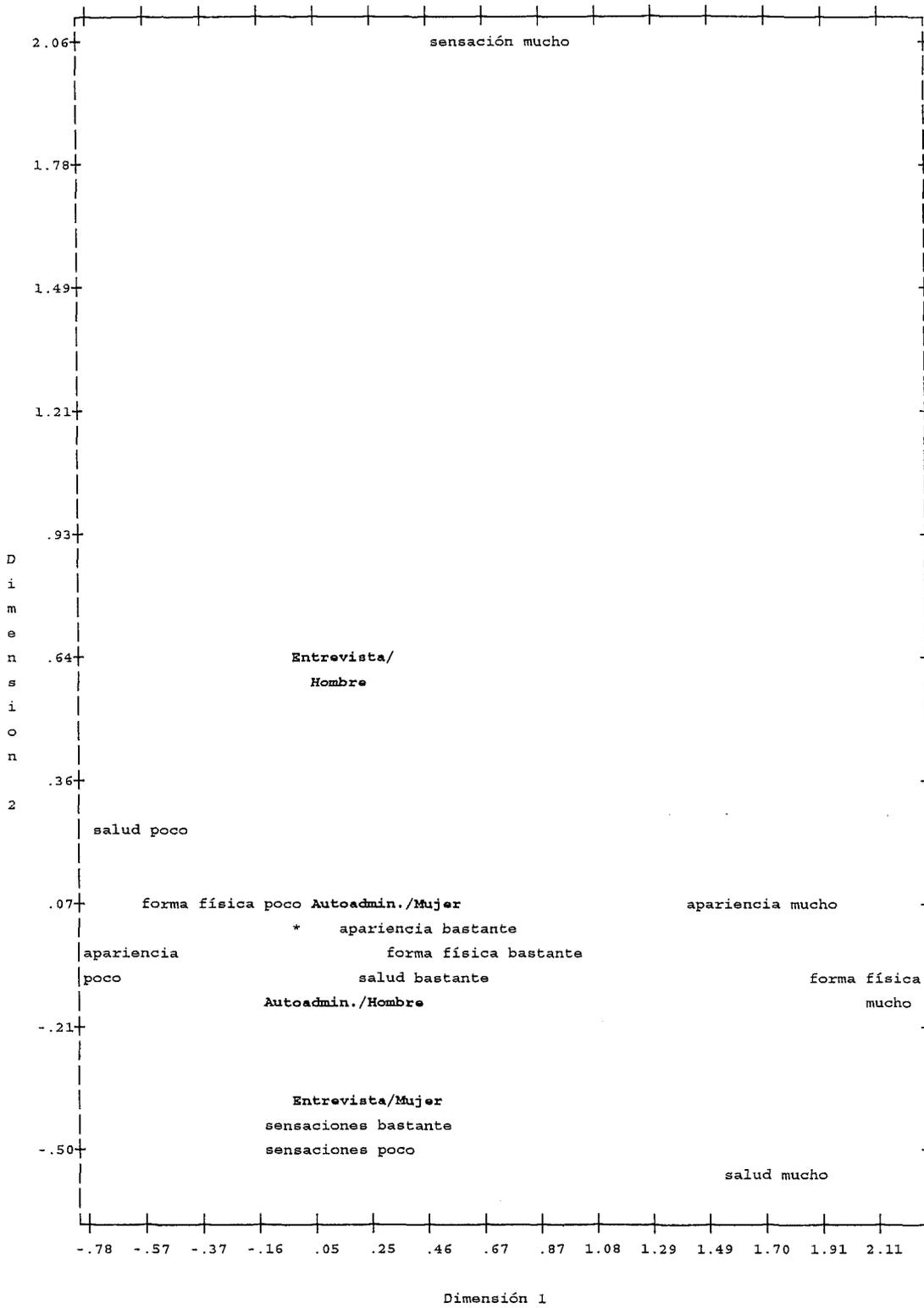
En la gráfica del cruce de los dos factores podemos ver como el primer factor diferencia en su polo negativo los cuidados poco intensos de salud, forma física y apariencia, quedando el cuidado de sensaciones muy próximo al eje de los mismos cuidados situados en el polo positivo pero con una mayor intensidad. El segundo factor diferencia un cuidado del cuerpo intenso a nivel de sensaciones de, prácticamente, el resto de cuidados independientemente de su intensidad.

El análisis de la varianza múltiple aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a no nos muestra ningún efecto significativo.

El análisis de la interacción de la variable sexo del/ de la entrevistado/a con las variables manipuladas muestra una interacción significativa de la primera con la variable

forma de administración en el factor de cuidado del cuerpo a nivel de sensaciones ( $F_{(1,71)} = 5.45, P < .022$ ).

Si observamos la gráfica siguiente podemos ver que es en la forma entrevistada del cuestionario donde hombres y mujeres presentan una mayor diferencia acerca del cuidado del cuerpo. Los hombres afirman cuidar el cuerpo a nivel de sensaciones en mucha mayor medida que las mujeres. Estas diferencias prácticamente desaparecen cuando el cuestionario es autoadministrado.



La siguiente tabla ofrece las medias de los factores de cuidados del cuerpo para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Cuidados físicos	-.13	-.05	-.18	.35
Cuidado de sensaciones	.08	.18	-.01	-.25

### 3.2.2.2.6 EL PROPIO CUERPO: CAMBIOS DESEADOS Y MIEDOS

En el cuestionario se efectuaron dos preguntas aisladas. Una en relación al propio cuerpo de la persona, en la que se ofrecían tres alternativas de respuesta: se siente plenamente satisfecho/a, modificaría alguna parte y lo modificaría totalmente, teniendo que escoger solamente una de ellas. La segunda pregunta se formuló con el siguiente enunciado: «Cuál de estas situaciones le da más miedo en relación a su cuerpo», con las siguientes alternativas de respuesta: la vejez, perder alguna parte del cuerpo, el contagio de una enfermedad incurable, la muerte, la invalidez o la falta de lucidez mental, teniendo que escoger solamente una de las alternativas. Estas variables se han analizado por separado con una prueba de independencia para variables cualitativas ( prueba de  $\chi^2$  ) en relación a las variables de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a. Los resultados de las pruebas nos muestran que no existe ninguna relación entre las respuestas a estas preguntas y las variables forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a.

### 3.2.2.2.7 CUERPOS OBSERVADOS, PERSONALIDADES EVALUADAS IMPLÍCITAMENTE

Otro conjunto de preguntas del cuestionario pedía a las personas de la muestra que indicasen tres partes del cuerpo en las que se fijasen para saber si una persona era atractiva, inteligente, sensual, fría, comunicativa y simpática. Se trataba en este caso de preguntas abiertas. Del total de palabras dichas para cada una de las características propuestas, se

seleccionaron las descripciones con una mayor frecuencia global de cada una de las características en particular. Con las palabras de cada una de las características se ha realizado un análisis factorial de componentes principales no lineal.

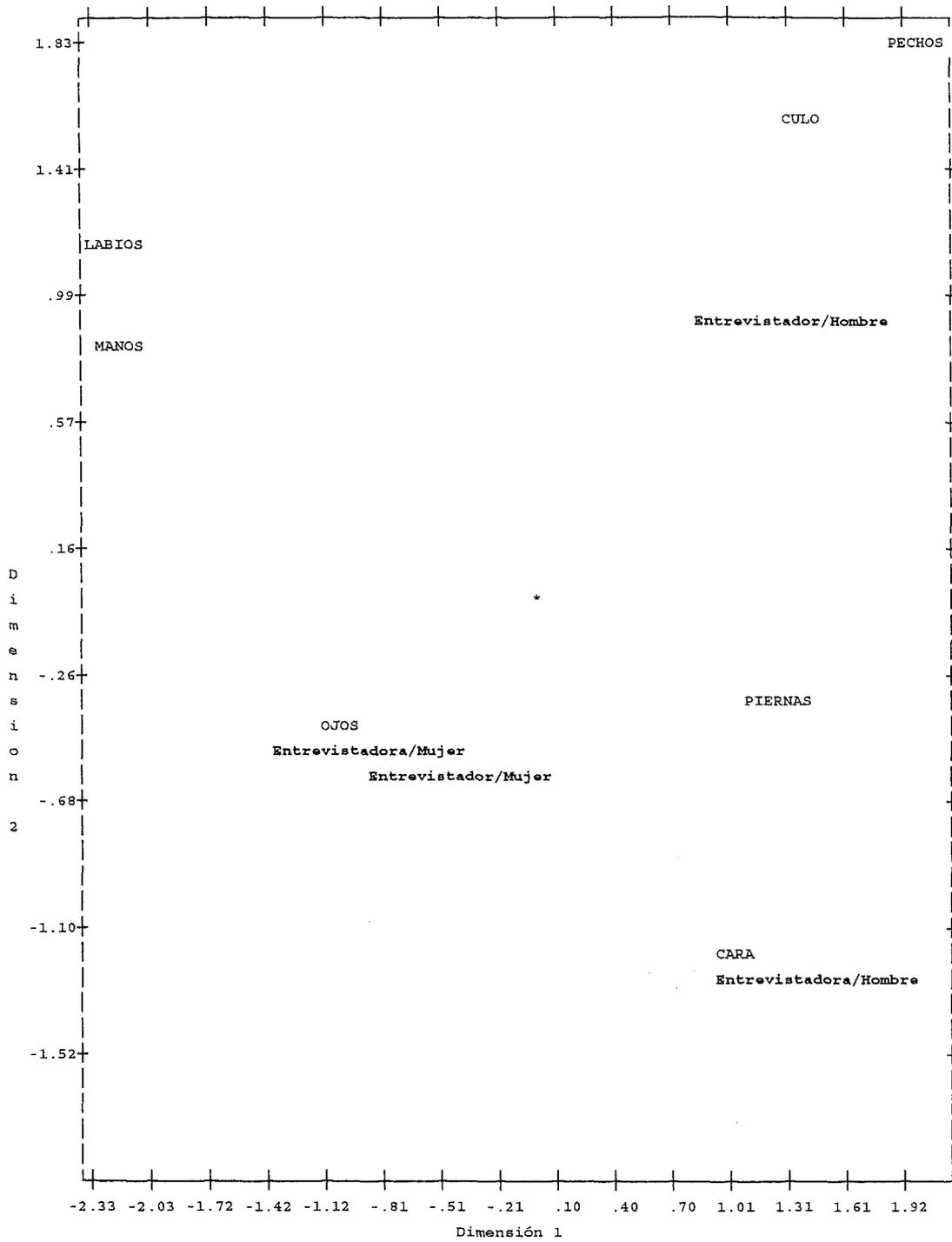
Las palabras seleccionadas para la característica atractiva han sido:

PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	48
CARA	44
MANOS	18
CULO	18
PIERNAS	15
PECHOS	14
LABIOS	8

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

Factores	Valores Propios
1	0.6220
2	0.3442

El primer factor opone fundamentalmente las palabras labios y manos en su polo negativo, con las palabras: pechos, culo, cara y piernas en el polo positivo. El segundo factor opone las palabras pechos, culo, labios y manos en el polo positivo, con la palabra cara en el polo negativo. En la gráfica destacan tres núcleos de palabras como partes del cuerpo en las que las personas de la muestra se fijan para saber si una persona es atractiva. En la parte superior derecha, el núcleo formado por las palabras pechos y culo, en la parte superior izquierda el núcleo formado por las palabras labios y manos, y en la parte inferior derecha la palabra cara.



	DIM 1	DIM 2
PIERNAS	-.49	.13
CARA	.73	-.89
CULO	-.63	-.76
LABIOS	.74	-.37
MANOS	1.09	-.41
PECHO	.85	.77
OJOS	.85	.36

Una vez salvadas las puntuaciones factoriales para cada persona de la muestra, se realizó una análisis de la varianza múltiple con estos factores como variables dependientes y con las variables independientes de forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a. Los resultados de dicho análisis no nos muestran ningún efecto significativo, es decir, las personas no dicen partes del cuerpo diferentes para la característica atractiva, en función de como se ha administrado el cuestionario ni en función del sexo de quien lo administra.

En cambio, si tenemos en cuenta la variable sexo del/de la entrevistado/a, ésta presenta una interacción significativa con el sexo del/de la entrevistador/a ( $F_{(1,71)} = 4.47$ ,  $P < .038$ ). Si observamos la gráfica anterior, podemos comprobar que las mujeres, para «ver» si una persona es atractiva no manifiestan respuestas diferentes en función del sexo de quien realiza la pregunta. Por contra, los hombres, cuando son preguntados por entrevistadores, afirman fijarse en las piernas, el culo y los pechos y cuando son preguntados por entrevistadoras afirman fijarse en la cara. Una vez más observamos una comprobación del estereotipo más vulgar de hombres y mujeres, según el cual cuando dos hombres hablan entre ellos acerca del atractivo físico de la mujer se manifiesta su imagen más machista.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Atractivo de pechos, culo y piernas	-.32	.32	-.1	-.32
Atractivo de la cara	.04	-.02	-.87	-.7

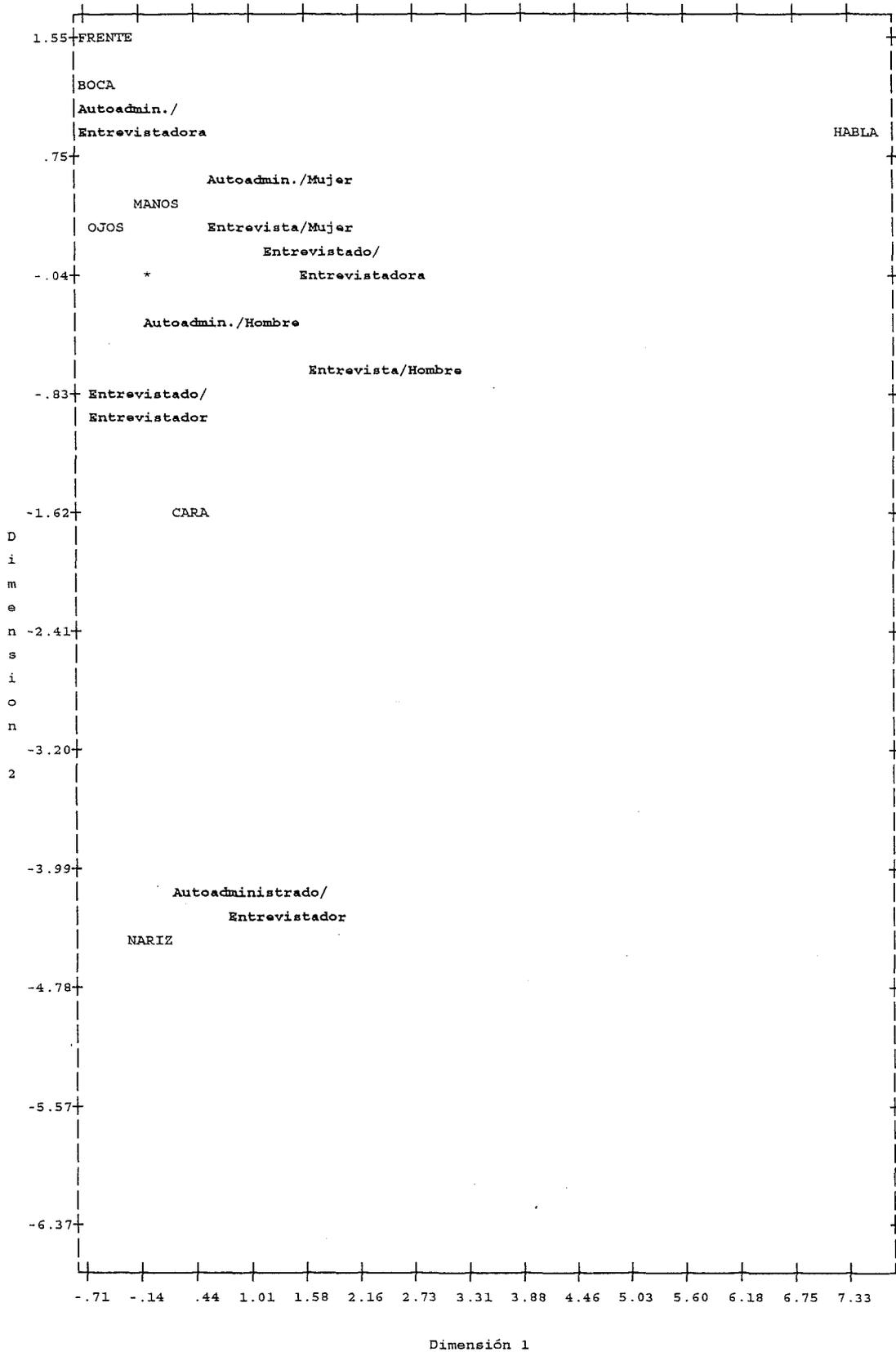
Las palabras seleccionadas para la descripción de una persona **inteligente** han sido:

PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	53
MANOS	41
CARA	30
BOCA	13
FRENTE	12
HABLA	6
NARIZ	5

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

Factores	Valores Propios
1	0.6696
2	0.4527

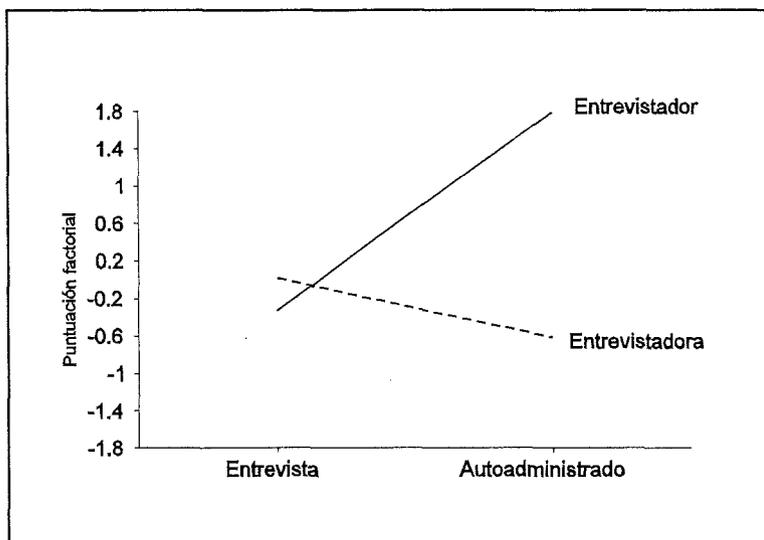
El primer factor está compuesto fundamentalmente por la palabra habla, el resto de palabras están situadas muy próximas al eje del primer factor. El segundo factor está compuesto básicamente por las palabras nariz y cara en el polo negativo, y las palabras frente y boca en el polo positivo.



	DIM 1	DIM 2
BOCA	.27	-.48
CARA	-.16	1.03
FRENTE	.28	-.60
MANOS	.09	-.31
NARIZ	-.04	-1.13
HABLA	-2.07	-.27
OJOS	-.45	.24

El análisis de la varianza aplicado a estos factores nos proporciona un efecto multivariado de interacción de las dos variables independientes, forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a, con una  $F_{(2, 74)} = 4.49, P < .014$ . Para el primer factor nos muestra un efecto de interacción con una  $F_{(1, 75)} = 8.45, P < .005$ . Cuando el cuestionario es autoadministrado las

diferencias entre las medias de entrevistador - entrevistadora son significativamente mayores que cuando el cuestionario es entrevistado. Si situamos las medias de los grupos en la gráfica, podemos observar que la máxima diferencia entre entrevistador y entrevistadora se produce cuando el cuestionario es autoadministrado,



Medias factoriales de cada condición para el primer factor de imagen de persona inteligente

situándose próximo a nariz cuando el cuestionario es entregado por un entrevistador, y situándose próximo a boca cuando el cuestionario es entregado por una entrevistadora.

Se produce también otro efecto multivariado con la variable sexo del/de la entrevistador/a con una  $F_{(2, 74)} = 4.07, P < .021$ . Para esta misma variable independiente se produce un efecto diferencial significativo sobre el segundo factor, con una  $F_{(1, 75)} = 6.49, P < .013$ . Cuando los cuestionarios son administrados por un entrevistador ( $\bar{x} = -.5$ ) las referencias quedan más próximas a las referencias generales como cara. Cuando los cuestionarios son administrados por una entrevistadora ( $\bar{x} = .49$ ), las referencias quedan próximas a las referencias más concretas como boca, frente, etc.

La variable forma de administración produce otro efecto multivariado significativo ( $F_{(2, 74)} = 3.1, P < .05$ ). Para esta misma variable independiente, se produce un efecto diferencial significativo sobre el primer factor, con un valor  $F_{(1, 75)} = 4.71, P < .033$ . Cuando los cuestionarios son entrevistados, las referencias se sitúan más próximas al habla ( $\bar{x} = .73$ ), cuando los cuestionarios son autoadministrados las referencias se sitúan más próximas a las referencias corporales concretas ( $\bar{x} = -.3$ ). El resto de efectos no han resultado significativos.

La siguiente tabla muestra las medias de los factores que permiten a las personas evaluar la inteligencia a través del cuerpo para cada condición

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Habla	-.33	.02	1.78	-.61
Frente y boca	-.59	-.41	.2	.78

El análisis de la interacción de la variable sexo del entrevistado/a con las variables manipuladas nos muestra una interacción significativa de esta variable con la forma de administración del cuestionario. Si observamos la gráfica precedente de cruce de los dos factores de las partes del cuerpo asociadas a la inteligencia se evidencia que las mujeres afirman fijarse en las manos y los ojos tanto en la forma entrevistada como en la forma autoadministrada del cuestionario. Los hombres afirman fijarse más en los ojos y las manos en la forma autoadministrada y más en la cara en la forma entrevistada.

Las palabras seleccionadas para la descripción de una persona **sensual** han sido:

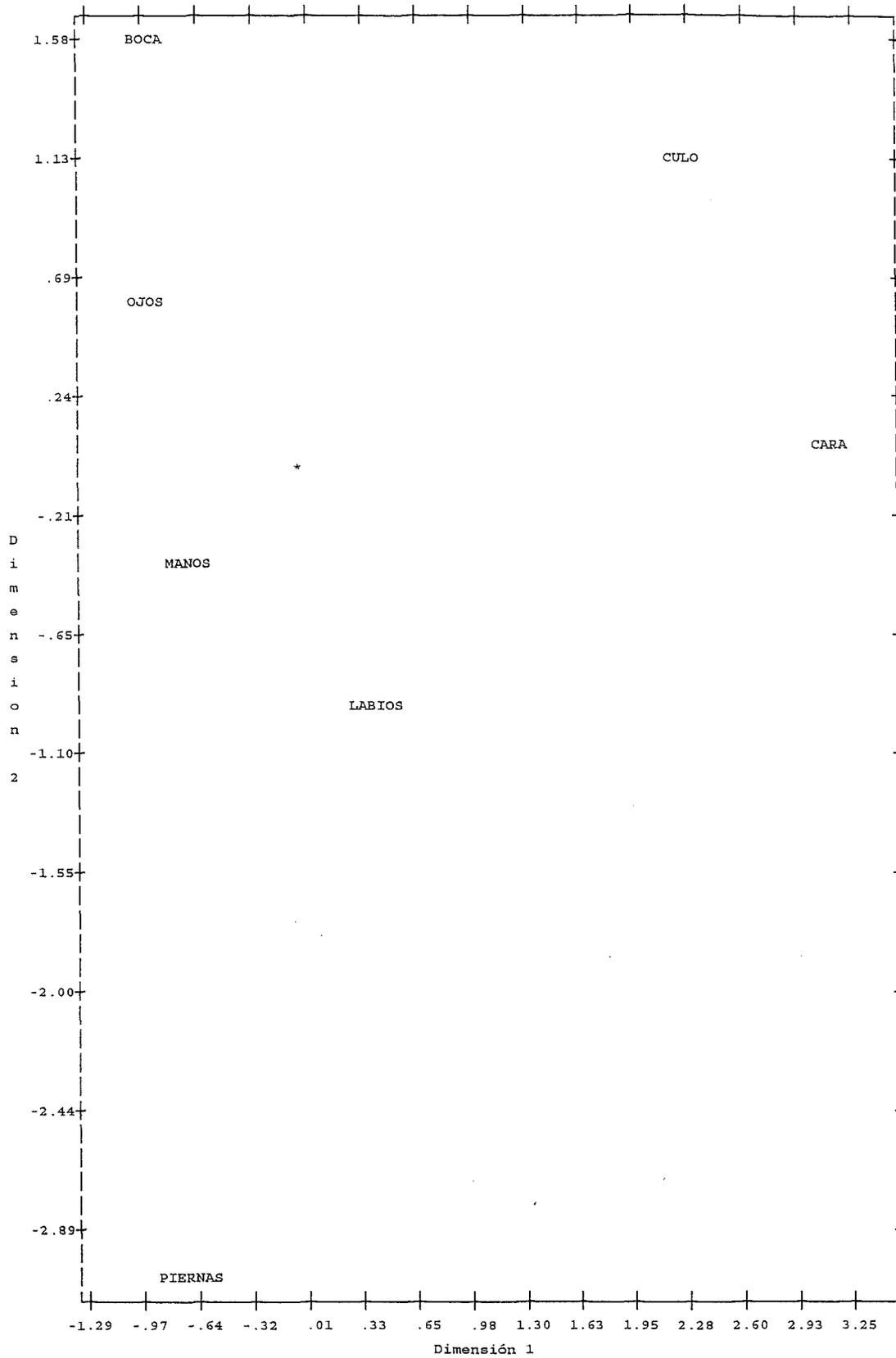
PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	35
BOCA	26
LABIOS	25
MANOS	19
CARA	18
PIERNAS	14
CULO	11

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

Factores	Valores Propios
1	0.5595
2	0.4476

El primer factor opone fundamentalmente las palabras cara y culo en el polo positivo, como partes del cuerpo en las que se fijan las personas de la muestra para saber si una persona es sensual, frente prácticamente al resto de palabras, quedando en conjunto muy próximas al eje del primer factor. El segundo factor opone las palabras boca y culo en el polo positivo frente a piernas en el polo negativo. En la gráfica de cruce de los dos factores se observa una cierta dispersión de las palabras respecto a los ejes, configurando boca y ojos un núcleo en la parte superior izquierda como los puntos referenciales de la sensualidad en la cara, y otros dos núcleos diferenciados, uno en la parte superior derecha con la palabra culo, y otro en la parte inferior izquierda con la palabra piernas, como los otros dos puntos referenciales del cuerpo de la sensualidad que se observa o se atribuye a los otros.

	DIM 1	DIM 2
BOCA	-.58	.91
PIERNAS	.35	1.29
CARA	-1.47	-.01
CULO	-.82	-.41
LABIOS	.18	-.52
MANOS	-.38	-.21
OJOS	-.66	.39



Los resultados del análisis de la varianza múltiple con estos factores como variables dependientes y con las variables independientes de forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a no nos muestran ningún efecto significativo, es decir, las personas no dicen partes del cuerpo diferentes para la característica sensualidad, en función de como se ha administrado el cuestionario, ni en función del sexo de quien lo administra.

A continuación podemos observar las medias factoriales para condición

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Sensualidad en la cara y en el culo	-37	.3	.41	-.04
Sensualidad en boca y ojos	-.34	.04	.2	.18

El análisis de la interacción de la variable sexo del/de la entrevistado/a y las variables manipuladas muestra una triple interacción significativa sobre el segundo factor de la descripción de una persona sensual ( $F_{(1,71)} = 3.97, P < .05$ ).

Las palabras seleccionadas para la descripción de una persona fría han sido:

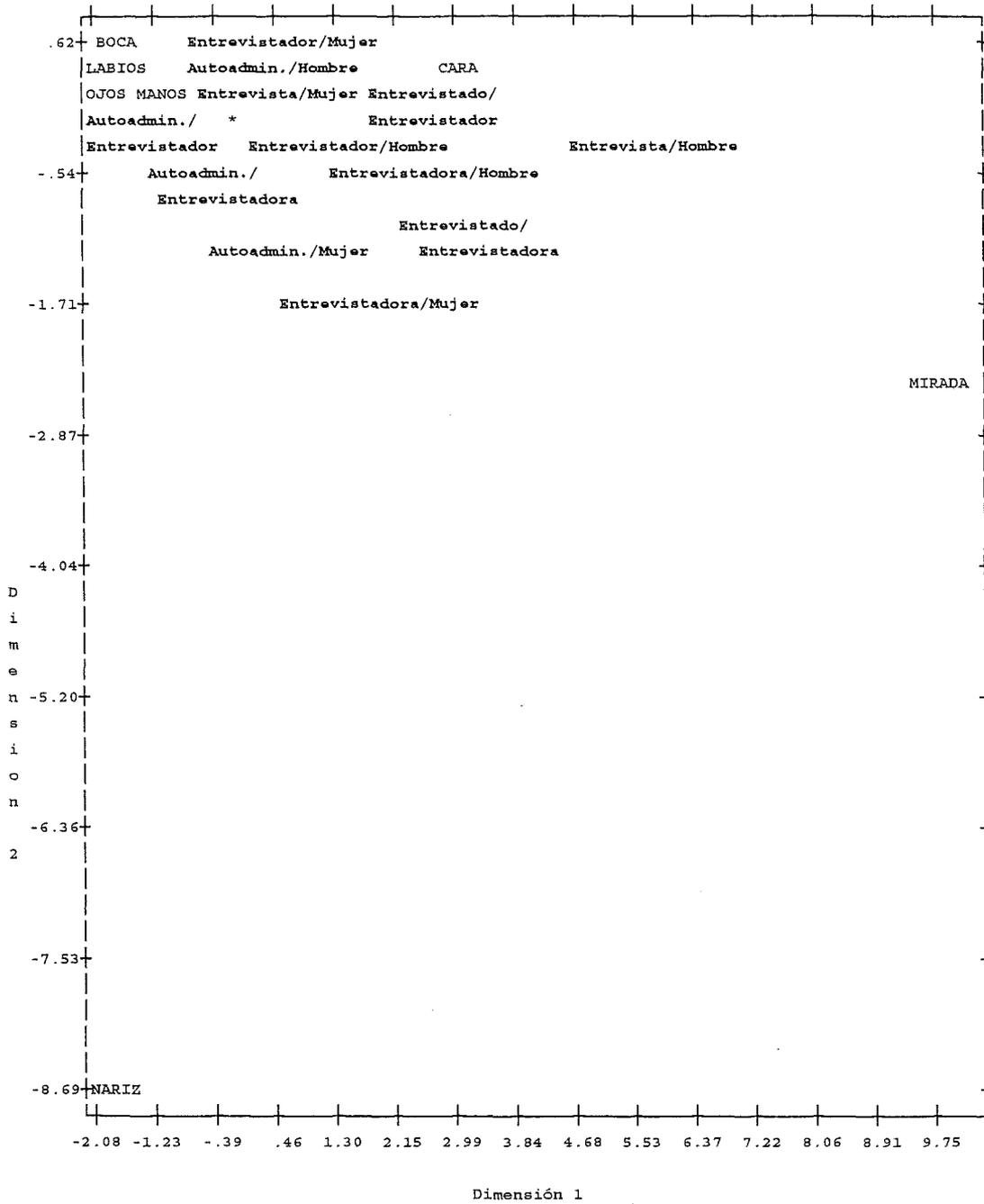
PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	60
CARA	27
MANOS	24
BOCA	20
LABIOS	6
NARIZ	4
MIRADA	3

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

---

Factores	Valores Propios
1	0.7081
2	0.6166

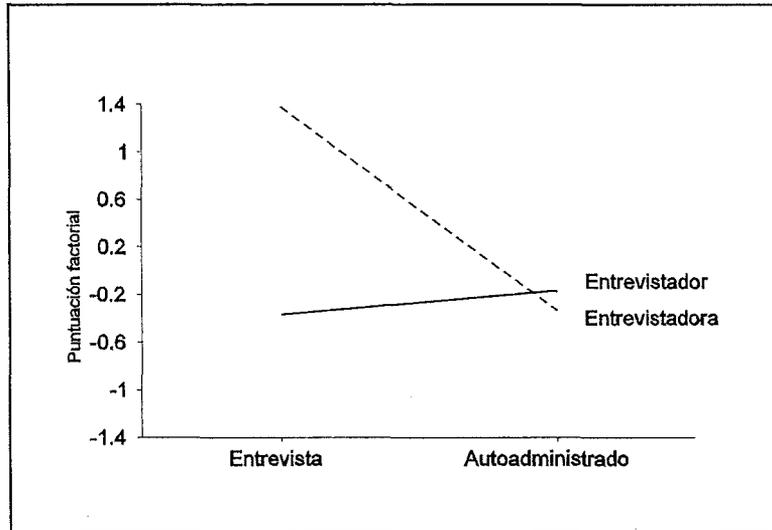
Los dos factores del análisis están compuestos básicamente por una palabra cada uno de ellos, el resto de palabras están situadas muy próximas al cruce de los ejes de los dos factores. El primer factor está compuesto fundamentalmente por la palabra mirada y en menor medida por la palabra cara. El segundo factor está compuesto por la palabra nariz. Es curioso que la frialdad se centre en dos aspectos, uno de expresión como es la mirada, indefinido y sin referentes concretos, y otro de rasgo facial como es la nariz, más objetivo en el esquema, quizás por ser una de las partes que mejor define el perfil de la cara de una persona, y que nos puede guiar en relación a su angulosidad, ya que a través de ella tendemos a atribuir a perfiles redondeados características más amables o tranquilas, y a perfiles más sobresalientes características más frías e incluso agresivas.



	DIM 1	DIM 2
BOCA	.27	-.31
CARA	-.73	-.23
LABIOS	.28	-.13
MANOS	.24	-.06
MIRADA	-1.96	.45
NARIZ	.47	1.98
OJOS	.41	-.20

El análisis de la varianza aplicado a estos dos factores con las variables forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto de interacción significativo o tendente a la significación sobre el primer factor compuesto fundamentalmente por la

mirada, con una  $F_{(1, 75)} = 3.84, P < .054$ . Cuando el cuestionario es entrevistado y lo administra una entrevistadora, las personas afirman fijarse más en la mirada para saber si una persona es fría que no cuando el cuestionario es administrado por un entrevistador. En la



Medias factoriales de cada condición para el factor características de la persona fría

forma autoadministrada, no hay diferencias en función de quien lo entrega. El resto de efectos no presentan diferencias significativas.

El análisis de la interacción de la variable sexo del/de la entrevistado/a y las variables manipuladas muestra una interacción multivariada significativa de las variables sexo del/de la entrevistador/a y sexo del/de la entrevistado/a ( $F_{(2,70)} = 3.13, P < .05$ ). Las mismas variables presentan una interacción significativa sobre el primer factor de la descripción de una persona fría ( $F_{(1,71)} = 4.19, P < .044$ ). Sobre el mismo factor también se obtiene una interacción significativa de las variables sexo del/de la entrevistado/a y forma de administración del cuestionario ( $F_{(1,71)} = 4.63, P < .035$ ).

En la gráfica anterior de cruce de los dos factores de las características de una persona fría podemos observar, aunque de forma densa, que los hombres no afirman fijarse en partes del cuerpo diferentes en función de quien les pregunta. Por contra, las mujeres afirman fijarse más en la boca, labios y ojos cuando son preguntadas por un entrevistador y más en la nariz cuando son preguntadas por una entrevistadora.

En relación a la forma de administración, los hombres presentan más diferencias que las mujeres, quedando éstas próximas al centro del cruce de los factores. Los hombres se encuentran más alejados del centro y más próximos al polo positivo del primer factor. Cuando la preguntas se realiza en forma de entrevista los hombres dicen fijarse en partes generales, como la cara y la mirada, y cuando las preguntas son formuladas a través de cuestionario autoadministrado las partes del cuerpo que aparecen son manos y ojos.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Mirada	-.37	-.17	1.38	-.34
Cara, boca, labios	.42	.08	-.72	-.24

Las palabras seleccionadas para describir la persona comunicativa han sido:

PALABRAS	FRECUENCIA
MANOS	55
OJOS	39
BOCA	34
CARA	20
BRAZOS	7
SONRISA	4

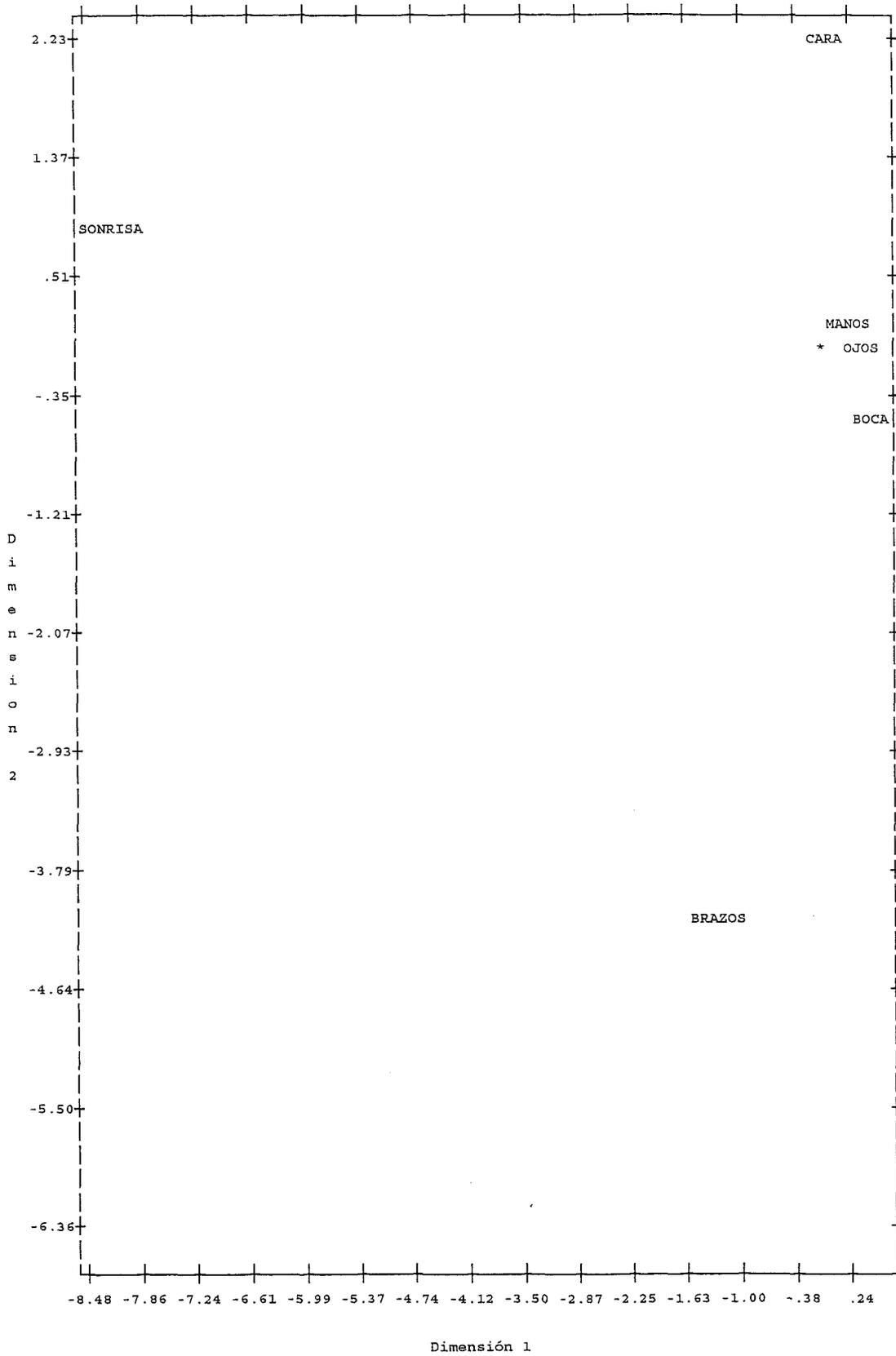
El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/6 = 0.16$ :

Factores	Valores Propios
1	0.6757
2	0.4954

El primer factor está compuesto básicamente por una sola referencia, en este caso la sonrisa en el polo negativo del factor como referencia corporal expresiva concreta de la cara. El resto de palabras se sitúan muy próximas al eje del factor. El segundo factor opone dos referencias corporales en relación a la característica comunicativa, que son, la cara en el polo positivo del factor como referencia expresiva general del rostro y los brazos en el polo negativo como referencia a la gesticulación.

	DIM 1	DIM 2
BOCA	.29	-.37
BRAZOS	-.43	-1.24
CARA	-.06	1.12
MANOS	-.29	-.05
SONRISA	1.91	-.19
OJOS	-.22	.05

El análisis de la varianza múltiple con estos factores no nos muestran ningún efecto significativo. Las referencias corporales en las que las personas de la muestra se fijan para saber si una persona es comunicativa no presentan diferencias en función de la forma de administración del cuestionario, ni en función de quien realiza la pregunta.



A continuación podemos observar las medias de los factores para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Boca y ojos	.02	-.07	-.31	-.24
Cara	-.13	-.22	.84	-.28

Las palabras seleccionadas para descripción de la persona simpática han sido:

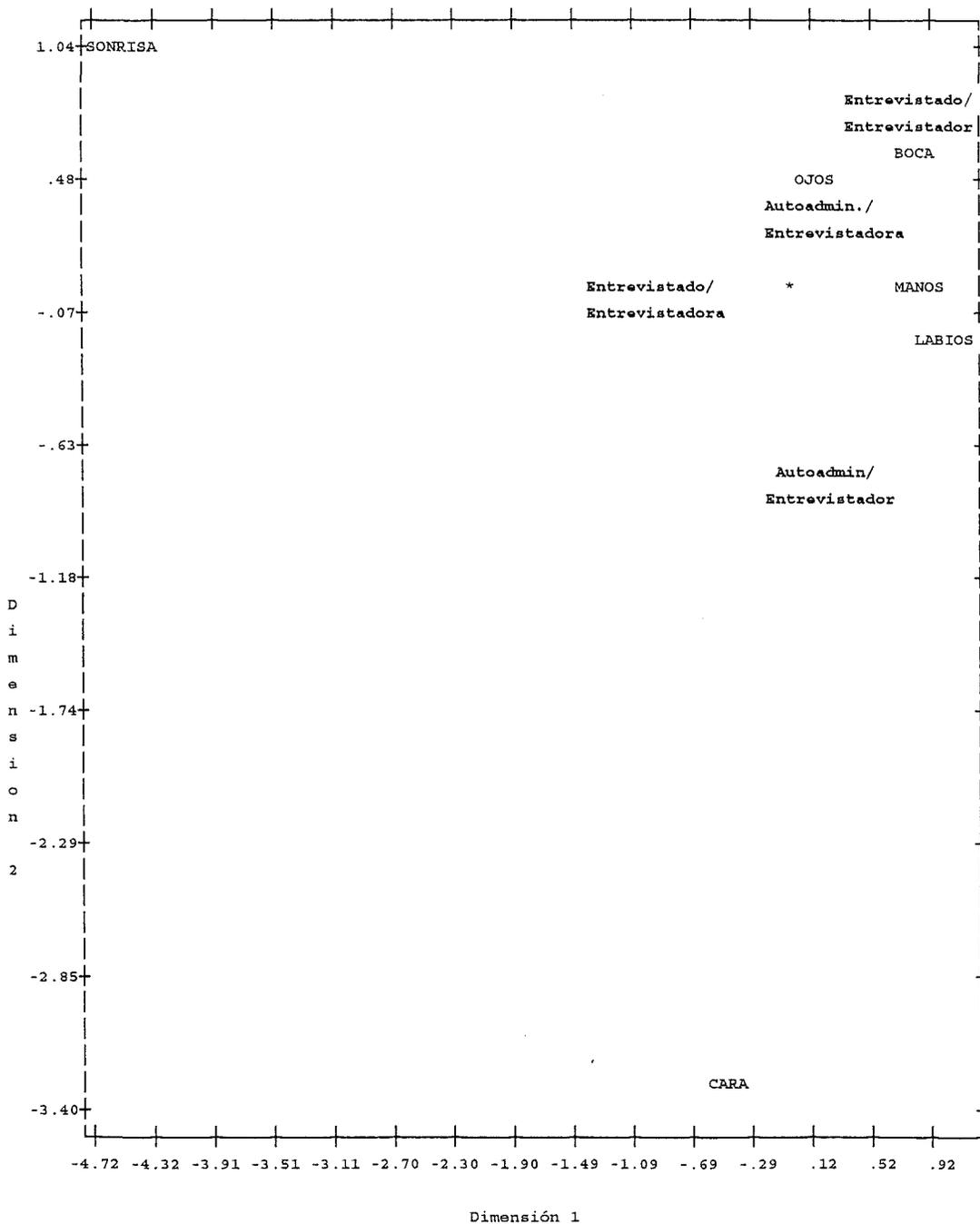
PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	56
BOCA	39
MANOS	39
CARA	20
SONRISA	11
LABIOS	6

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/6 = 0.16$ :

Factores	Valores Propios
1	0.6237
2	0.5367

El primer factor está compuesto básicamente por la palabra sonrisa en su polo negativo, como referencia general expresiva en relación a la simpatía, en oposición a boca y labios como referencia más corporal y concreta de la simpatía, situadas en el polo positivo. El segundo factor opone la palabra cara situada en el polo negativo del factor, a las palabras sonrisa, boca y ojos, estas últimas más próximas al eje del factor.

	DIM 1	DIM 2
BOCA	-.55	-.41
CARA	.25	1.64
LABIOS	.29	-.04
MANOS	.43	.05
SONRISA	1.76	-.39
OJOS	-.07	-.45



El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra efectos multivariados de interacción significativos de las dos variables independientes, con una  $F_{(2, 74)} = 4.55$ ,  $P < .014$ . También resulta significativo el efecto de interacción sobre el primer factor, con una  $F_{(1, 75)} = 8.97$ ,  $P < .004$ . Cuando el cuestionario es administrado en forma de entrevista por una entrevistadora, las personas de la muestra realizan más referencias a la sonrisa como parte del cuerpo en la que se fijan para saber si una persona es simpática. Cuando el cuestionario es administrado por un entrevistador las referencias se sitúan más próximas a aspectos concretos de la cara, como la boca o los ojos. En la forma autoadministrada las diferencias entre entrevistadores son mucho menores, situándose las referencias más próximas a la cara cuando quien entrega el cuestionario es un entrevistador y más próximas a las referencias concretas de la cara cuando quien entrega el cuestionario es una entrevistadora. En este sentido, en la forma autoadministrada el efecto de la entrevistadora se equipara al efecto del entrevistador en el cuestionario entrevistado.

La variable forma de administración presenta efectos significativos sobre el primer factor, con una  $F_{(1, 75)} = 4.29$ ,  $P < .042$ . Cuando el cuestionario es entrevistado ( $\bar{x} = -.67$ ), las referencias corporales se sitúan más próximas a la sonrisa. Por contra, cuando el cuestionario es autoadministrado ( $\bar{x} = .19$ ), las referencias se sitúan más próximas a partes de la cara más concretas como boca u ojos. El resto de efectos no resultaron significativos.

A continuación se muestran las medias factoriales para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Manos y labios	.32	-.06	-1.67	.45
Sonrisa y boca	-.51	-.7	.18	.41

En otra pregunta del cuestionario se pidió a las personas de la muestra que indicasen las tres partes de su cuerpo que les gustasen más y las tres partes que les gustasen menos. Se seleccionaron las partes del cuerpo citadas con mayor frecuencia de forma global para cada una de las preguntas. Para la pregunta sobre las partes del propio cuerpo que más gustan, las palabras seleccionadas fueron:

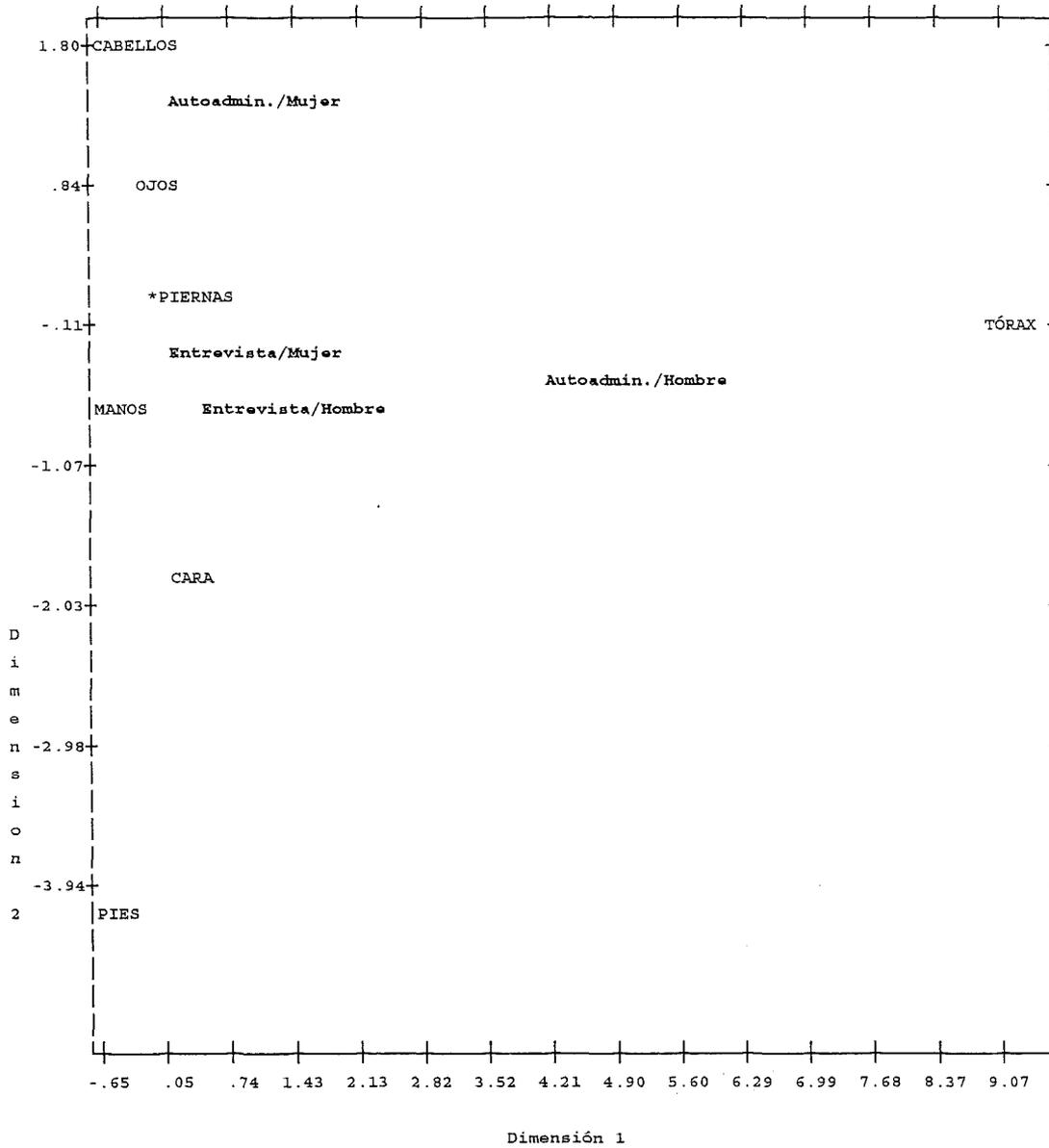
PALABRAS	FRECUENCIA
OJOS	52
MANOS	29
CABELLO	19
PIERNAS	19
CARA	14
PIES	9
TÓRAX	4

El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

Factores	Valores Propios
1	0.6669
2	0.5613

El primer factor está compuesto fundamentalmente por la referencia al tórax situada en el polo positivo del factor. El resto de referencias en relación al primer factor están muy próximas a su eje. El segundo factor está compuesto por las referencias al cabello y los ojos en el polo positivo como partes del propio cuerpo que más gustan, y por los pies y la cara en el polo negativo del factor.

	DIM 1	DIM 2
CABELLO	-.56	1.80
PIERNAS	.10	.10
CARA	.26	-1.78
MANOS	-.60	-.69
PIES	-.65	-4.09
TÓRAX	9.30	-.08
OJOS	-.17	.88



El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a no muestra efectos significativos. Las personas de la muestra no mencionan partes de su cuerpo que más les gustan diferentes en función ni de como se realiza la pregunta, ni en función de quien la realiza.

En cambio, si tenemos en cuenta la variable sexo del/de la entrevistado/a, los hombres y las mujeres sí mencionan partes de su cuerpo que más les gustan diferentes en función de en qué forma se realiza la pregunta. Estas dos variables presentan una interacción significativa sobre el primer factor, la referencia al tórax ( $F_{(1,71)} = 4.18, P < .045$ ). Los hombres y las mujeres afirman que les gustan sus piernas y sus manos cuando son preguntados de forma entrevistada. Cuando la pregunta se realiza con cuestionario autoadministrado, las mujeres afirman que les gustan más sus cabellos y los hombres el tórax.

A continuación podemos observar las medias de los factores para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Tórax	.02	-.18	-.46	.96
Cabellos y ojos	-.22	.23	-.36	.51

## 3.2.2.2.8 LO QUE DESAGRADA DEL PROPIO CUERPO

Para la pregunta sobre las partes del propio cuerpo que menos gustan, las palabras seleccionadas fueron:

PALABRAS	FRECUENCIA
PIES	21
PIERNAS	19
CULO	15
PECHOS	13
TRIPA	13
BRAZOS	8
UÑAS	8

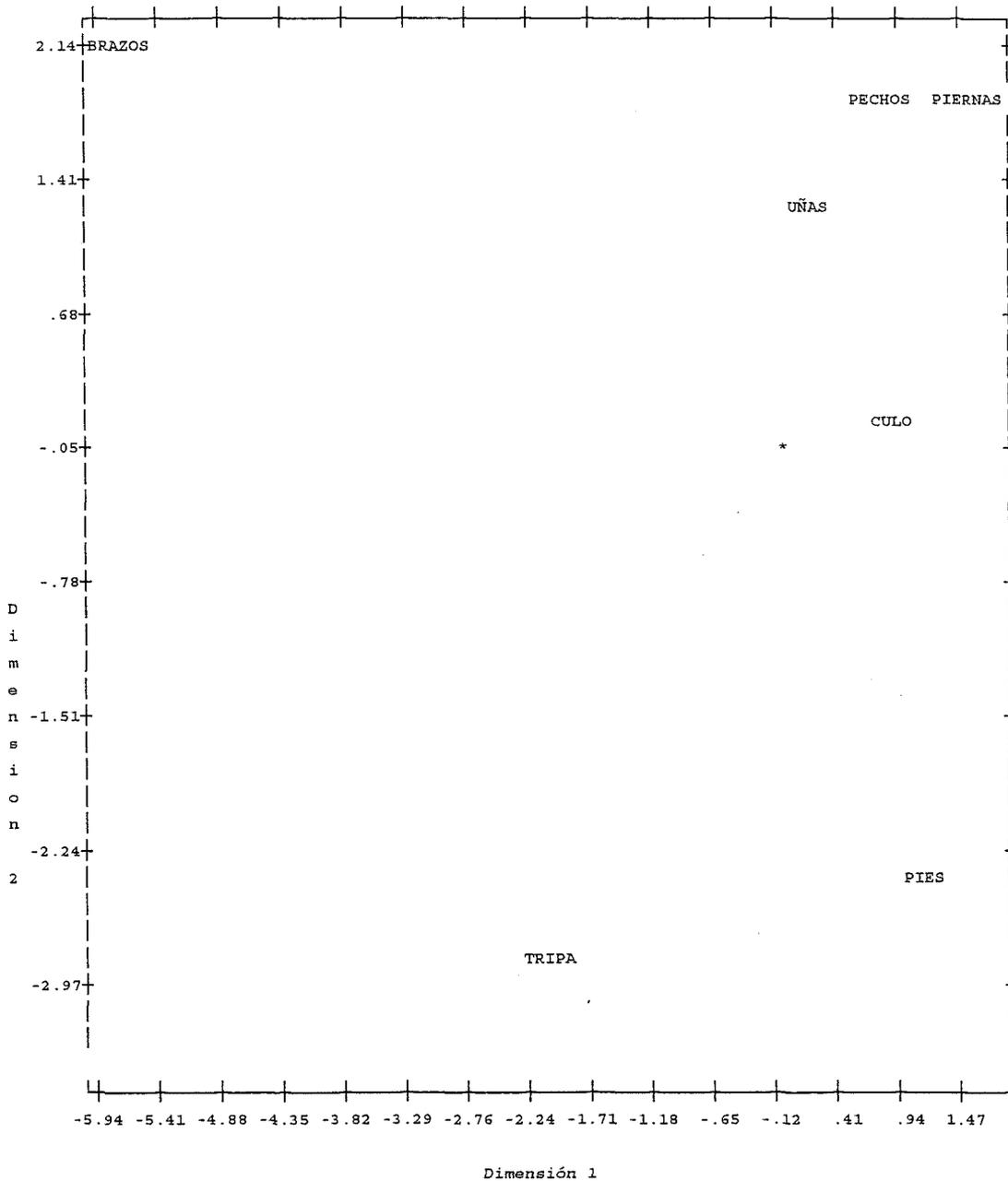
El análisis factorial aplicado a estas palabras nos ha proporcionado dos factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/7 = 0.14$ :

Factores	Valores Propios
1	0.7875
2	0.6621

El primer factor está compuesto por la referencia a los brazos y a la barriga en el polo negativo frente a referencias de las piernas, los pechos, el culo y los pies, situadas en el polo positivo. La referencia a las uñas también situada en el polo positivo, está muy próxima al eje del factor. El segundo factor opone las referencias a los brazos, los pechos y las piernas en el polo positivo, frente a la tripa y a los pies situados en el polo negativo.

El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a no muestra efectos significativos. Las personas de la muestra no mencionan partes de su cuerpo que menos les gustan diferentes en función de como se realiza la pregunta, ni en función de quien la realiza.

	DIM 1	DIM 2
BRAZOS	-5.94	2.14
PIERNAS	1.64	1.79
CULO	.83	.07
TRIPA	-2.18	-2.79
PIES	1.06	-2.33
PECHOS	.70	1.80
UÑAS	.11	1.19



A continuación se muestran las medias factoriales para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Piernas, pies y culo	-.23	-.38	-.48	.56
Brazos	-.38	.36	-.74	.21

### 3.2.2.2.9 LO ADMITIDO Y LO DESECHADO DEL CUERPO Y PARA EL CUERPO

En el último conjunto de preguntas del cuestionario, se preguntó a las personas de la muestra acerca de si consideraban indecentes, antinaturales, inmorales, pecaminosas y antihigiénicas las siguientes actividades: manipulación genética, ingerir líquidos corporales (como sangre, saliva...), el trasplante de cerebro, hacer el amor durante la menstruación, el aborto, el trasplante de corazón y las relaciones homosexuales. Para cada pregunta se ofrecían las alternativas de respuesta sí y no.

El análisis factorial aplicado a este conjunto de preguntas nos proporcionó un conjunto de tres factores con los siguientes valores propios, que se pueden considerar válidos en relación a  $1/35 = 0.028$ :

Factor	Valor propio
1	0.1898
2	0.1012
3	0.0825

El primer factor opone las opiniones negativas en relación a los adjetivos propuestos para las diferentes actividades en su polo negativo, a las opiniones afirmativas situadas en el polo positivo. El segundo factor opone, fundamentalmente, las actividades que requieren una intervención quirúrgica o relacionadas con la medicina (incluimos la genética en este entorno), situadas en el polo positivo del factor, del resto de actividades más relacionadas con prácticas sociales como las relaciones homosexuales, ingerir líquidos corporales y hacer el amor durante la menstruación, situadas en el polo negativo. Tanto en el polo positivo como en el negativo, las actividades a las que hemos hecho referencia cuentan con la

opinión favorable respecto a los adjetivos propuestos en las preguntas. En las actividades que cuentan con opiniones desfavorables respecto a los adjetivos, sus situaciones se invierten, es decir, en el polo negativo del segundo factor vemos actividades como la manipulación genética, aborto, trasplante de cerebro y de corazón, junto con las actividades de ingerir líquidos, relaciones homosexuales, etc. La diferencia entre ambos grupos de actividades situadas en el mismo polo del segundo factor es la opinión desfavorable para las primeras y favorable para las últimas. La misma circunstancia se observa en el polo positivo.

El tercer factor sitúa en su polo negativo, en su posición más extrema, la actividad de ingerir líquidos corporales, considerada como pecaminosa, inmoral, indecente y antinatural, y algo más próximas a su eje las actividades de aborto, considerado como antihigiénico, indecente e inmoral, el trasplante de cerebro, considerado como indecente, y el trasplante de corazón considerado como antihigiénico (puede observarse claramente en la gráfica de cruce del segundo y tercer factor).

En su polo positivo se pueden observar tres núcleos. En su parte más extrema se sitúa la actividad de hacer el amor durante la menstruación, considerada como inmoral e indecente. Más próximo al eje en su parte izquierda, encontramos situadas las actividades de relaciones homosexuales, consideradas como pecaminosas e indecentes y la manipulación genética, considerada como antihigiénica y no antinatural. En la parte derecha encontramos las actividades de trasplante de cerebro, considerada como antihigiénica y pecaminosa y la manipulación genética, considerada como pecaminosa. De alguna forma, el tercer factor diferencia entre actividades sexuales acerca de las cuales se ha elaborado toda una normativa social y moral, como son las relaciones sexuales durante la menstruación con los calificativos de inmoral e indecente y las relaciones homosexuales con los calificativos de pecaminosas e indecentes, junto con la manipulación genética y el trasplante de cerebro consideradas como pecaminosas, de la actividad de ingerir líquidos corporales, con todos los calificativos propuestos a excepción del que puede parecer más recurrente, como es el antihigiénico que queda situado próximo al eje factorial, el aborto, considerado como antihigiénico, inmoral e indecente y el trasplante de corazón considerado como antihigiénico.

Es como si dividiera las actividades pecaminosas e indecentes, en las que entrarían las relaciones sexuales durante la menstruación, las relaciones homosexuales y la manipulación genética, de las actividades indecentes y antihigiénicas, en las que entrarían la ingestión de líquidos corporales, el aborto y el trasplante de corazón.

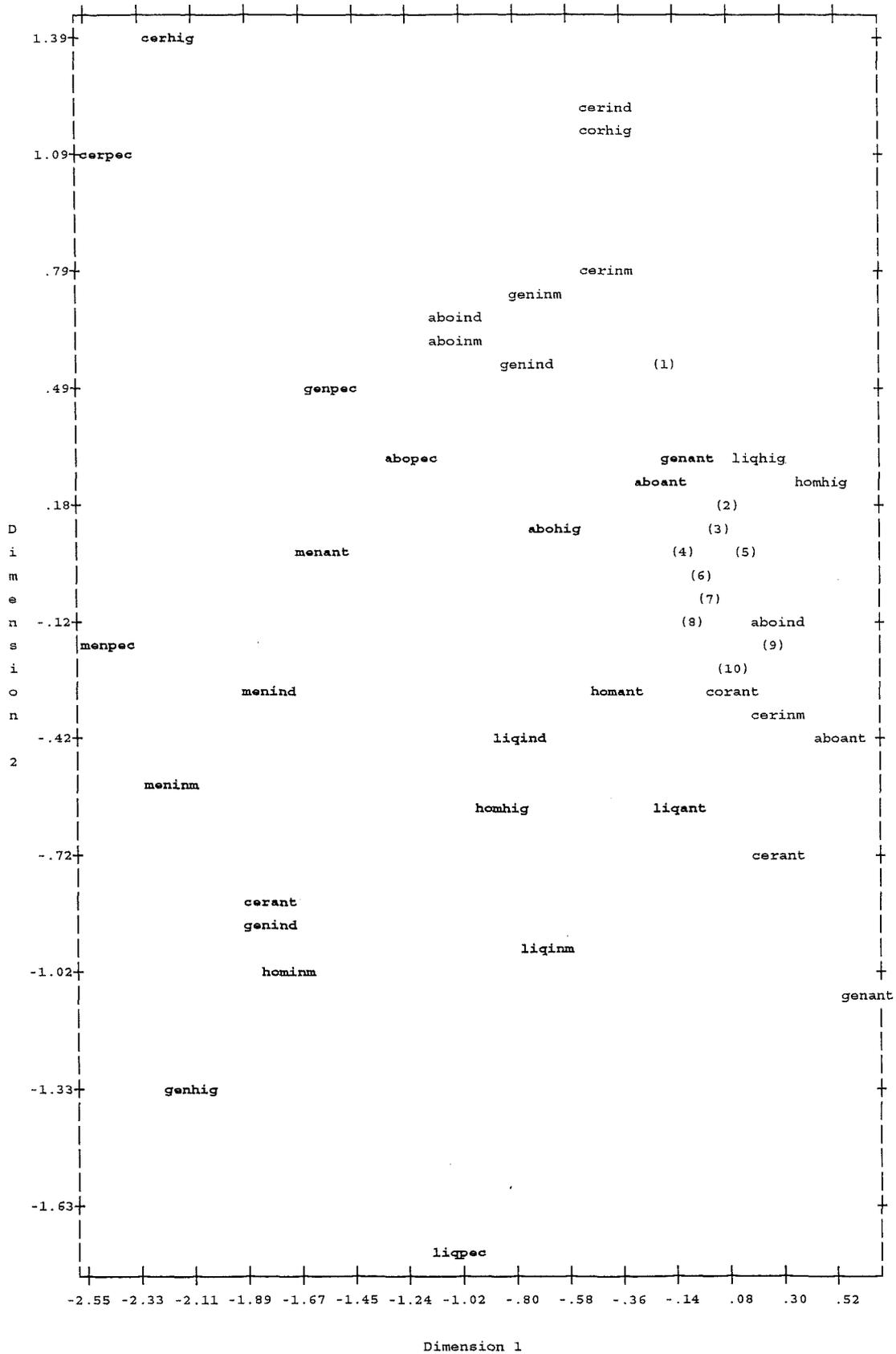
En las gráficas que aparecen a continuación se proyectan las posiciones en los ejes

de coordenadas de cada actividad asociada a cada prescripción. Para incluir el máximo número de etiquetas posibles se han reducido éstas a las tres primeras letras de la actividad y las tres primeras de la regulación. Si la etiqueta se encuentra en letra negrita ésto indica que sí se prescribe la regulación, si no está en negrita que no se prescribe. Así, por ejemplo, «CERHIG» en negrita indica que el trasplante de cerebro es considerado antihigiénico.

En las gráficas pertinentes, además, se ha situado la proyección de las condiciones con las etiquetas «A» para cuestionario entrevistado por entrevistadora, «OA» para cuestionario autoadministrado proporcionado por mujer, «AR» para cuestionario entrevistado por entrevistador, y «OR» para cuestionario autoadministrado proporcionado por un hombre.

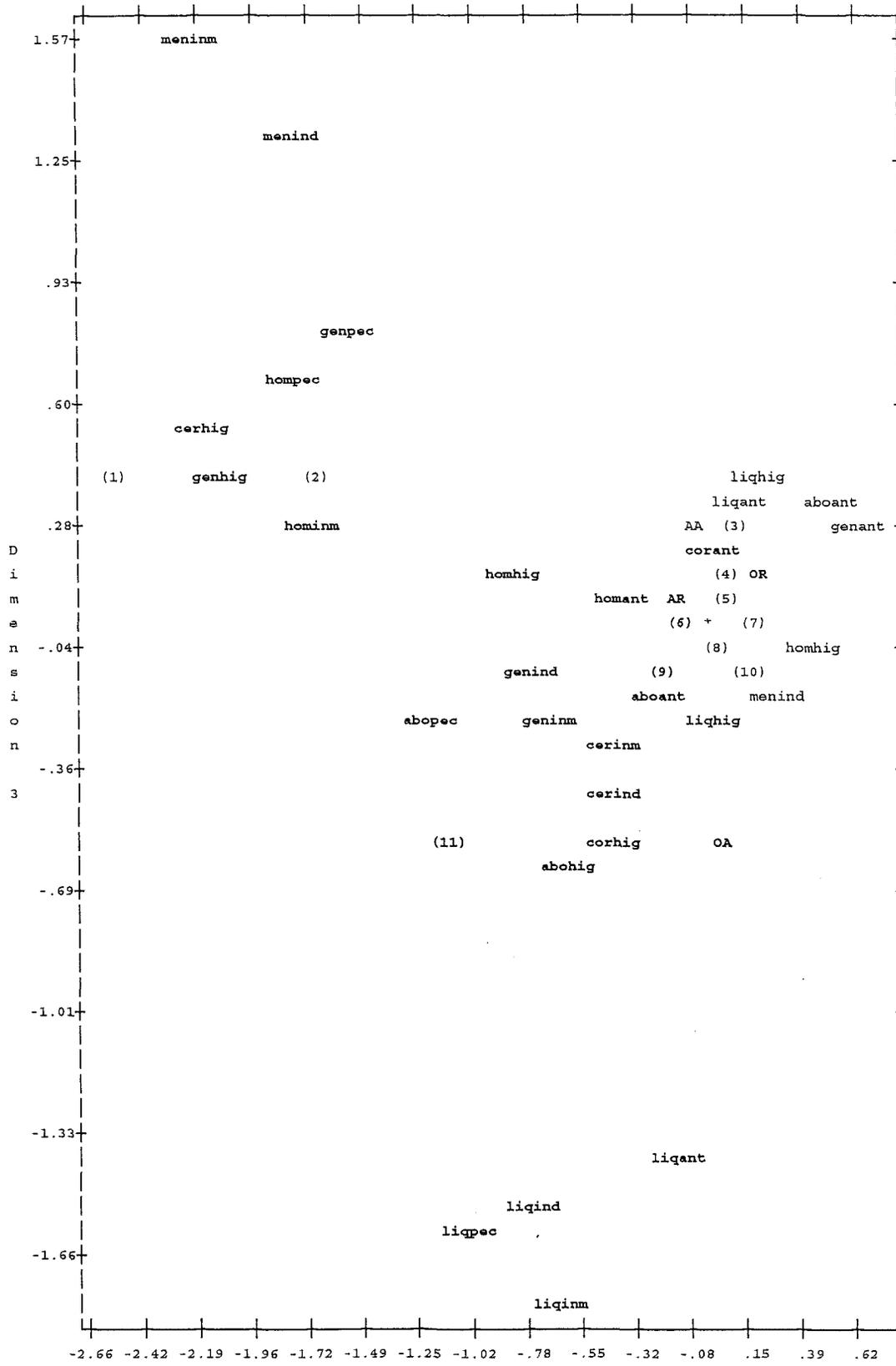
## PESOS FACTORIALES

VARIABLE	DIMENSIÓN		
	1	2	3
M.GENETICA INDECENTE	.469	-.310	.049
M.GENETICA ANTINATURAL	.297	-.559	.155
M.GENETICA INMORAL	.436	-.412	.126
M.GENETICA PECADO	.546	-.167	-.261
M.GENETICA ANTIHIGIENICO	.505	.309	-.099
I. LIQUIDOS INDECENTE	.380	.187	.687
I. LIQUIDOS ANTINATURAL	.100	.300	.695
I. LIQUIDOS INMORAL	.297	.393	.718
I. LIQUIDOS PECADO	.343	.545	.498
I. LIQUIDOS ANTIHIGIEN.	.094	.200	.310
T. CEREBRO INDECENTE	.216	-.528	.187
T. CEREBRO ANTINATURAL	.196	-.641	.136
T. CEREBRO INMORAL	.323	-.518	.188
T. CEREBRO PECADO	.583	-.257	-.097
T. CEREBRO ANTIHIGIEN.	.364	-.224	-.091
R. SEX. MENSTRUAC. INDEC.	.627	.109	-.446
R. SEX. MENSTRUAC. A-NAT.	.91	-.029	-.158
R. SEX. MENSTRUAC. INMOR.	.656	.163	-.451
R. SEX. MENSTRUAC. PECAD.	.655	.040	-.106
R. SEX. MESNTRUAC. A-HIG.	.129	-.075	-.067
ABOTO INDECENTE	.470	-.294	.245
ABORTO ANTINATURAL	.361	-.347	.259
ABORTO INMORAL	.615	-.328	.300
ABORTO PECADO	.518	-.129	.086
ABORTO ANTIHIGIENICO	.179	-.026	.169
T. CORAZON INDECENTE	.000	.000	.000
T. CORAZON ANTINATURAL	.048	-.394	-.160
T. CORAZON INMORAL	.000	.000	.000
T. CORAZON PECADO	.000	.000	.000
T. CORAZON ANTIHIGIENICO	.080	-.188	.095
R. HOMOSEX. INDECENTE	.640	.320	-.167
R. HOMOSEX. ANTINATURAL	.373	.237	-.094
R. HOMOSEX. INMORAL	.718	.401	-.102
R. HOMOSEX. PECADO	.702	.312	-.247
R. HOMOSEX. ANTIHIGIENIC.	.589	.402	-.080



## PUNTOS MÚLTIPLES EN LA GRÁFICA

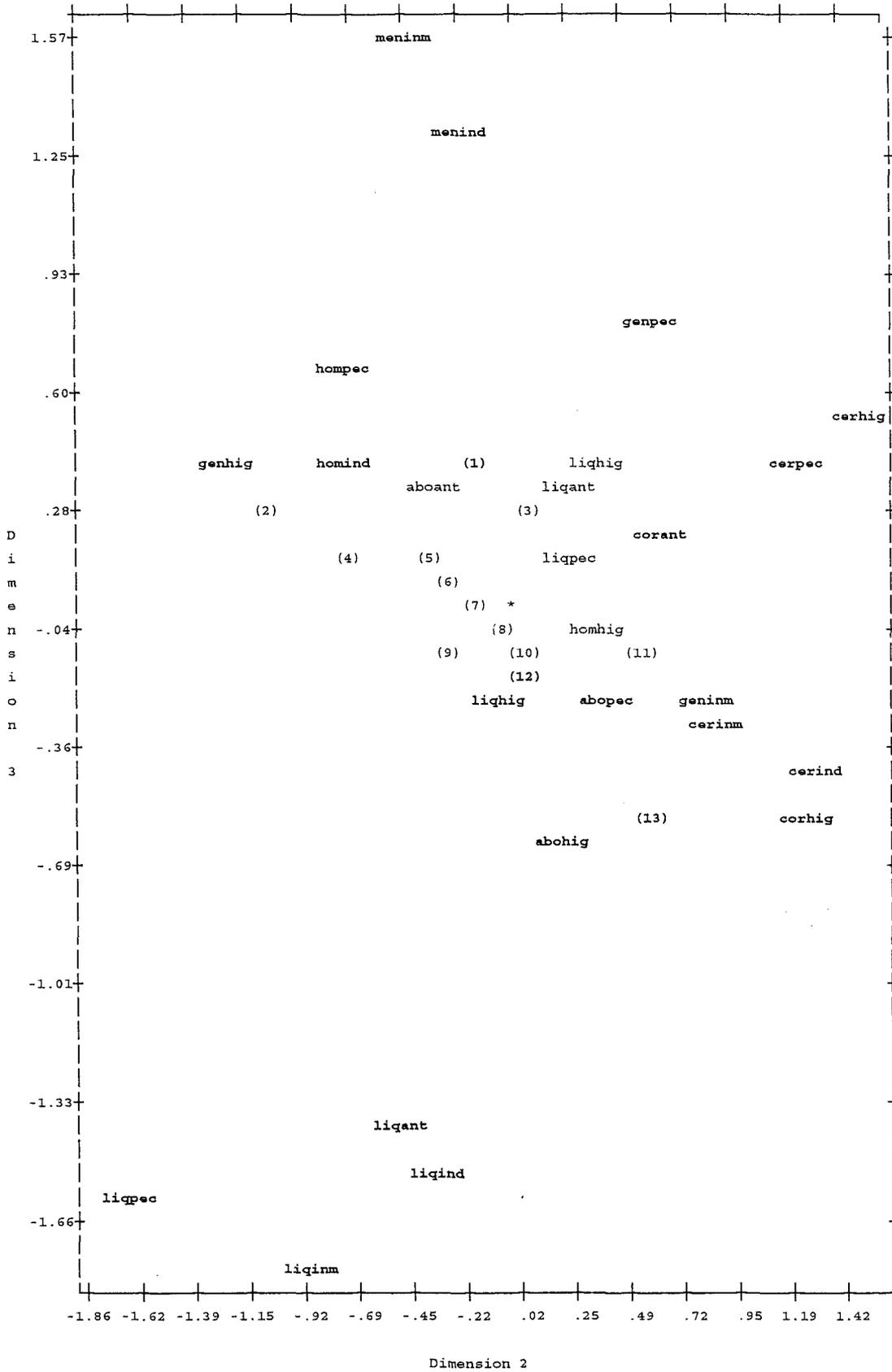
PUNTO	DIM1	DIM2	ETIQUETA ACTUAL
(1)	-.17	.57	cerant
(1)	-.07	.53	corant
(2)	.32	.20	homant
(2)	.11	.17	liqpec
(2)	.29	.16	hominm
(2)	.12	.16	liqinm
(3)	.05	.15	liqant
(3)	.24	.12	homind
(3)	.27	.12	hompec
(5)	.17	.08	liqind
(4)	.12	.07	genhig
(4)	-.09	.05	menhig
(5)	.19	.05	meninm
(5)	.21	.04	menind
(6)	.17	.01	menpec
(6)	.00	.00	corind
(6)	.00	.00	corpec
(6)	.00	.00	corpec
(6)	.00	.00	corinm
(6)	.00	.00	corind
(6)	.00	.00	corinm
(6)	.05	-.01	abohig
(6)	.21	-.01	menant
(7)	.01	-.03	corhig
(7)	.06	-.04	cerhig
(7)	.21	-.05	abopec
(7)	.18	-.06	genpec
(7)	.13	-.06	cerpec
(8)	.18	-.10	menhig
(8)	-.07	-.14	liqhig
(9)	.26	-.17	genind
(9)	.35	-.18	aboinm
(10)	.25	-.23	geninm
(10)	.10	-.23	cerind
(11)	-1.84	-.82	hompec
(11)	-1.68	-.84	homind



Dimension 1

## PUNTOS MÚLTIPLES

PUNTO	DIM1	DIM3	ETIQUETA ACTUAL
(2)	-1.68	.44	homind
(2)	-1.65	.44	menant
(1)	-2.53	.42	cerpec
(1)	-2.52	.41	menpec
(3)	.17	.30	liqind
(3)	.12	.29	liqinm
(4)	.35	.17	aboinm
(4)	.11	.16	liqpec
(4)	.22	.15	cerant
(4)	.22	.13	cerinm
(5)	.20	.10	aboind
(5)	.10	.08	cerind
(5)	.25	.07	geninm
(6)	-.09	.05	menhig
(6)	.05	.04	abohig
(7)	.21	.03	abopec
(7)	.26	.03	genind
(6)	.01	.02	corhig
(6)	.00	.00	corpec
(6)	.00	.00	corinm
(6)	.00	.00	corind
(6)	.00	.00	corind
(6)	.00	.00	corinm
(6)	.00	.00	corpec
(8)	.06	-.01	cerhig
(8)	.13	-.02	cerpec
(8)	.12	-.02	genhig
(8)	.17	-.03	menpec
(8)	.29	-.04	hominm
(8)	.21	-.06	menant
(8)	.24	-.06	homind
(10)	.32	-.08	homant
(9)	-.16	-.08	genant
(10)	.18	-.09	genpec
(10)	.18	-.09	menhig
(10)	.27	-.09	hompec
(9)	.04	-.12	corant
(9)	-.17	-.12	cerant
(10)	.19	-.13	meninm
(11)	-1.09	-.53	aboinm
(11)	-1.11	-.58	aboind

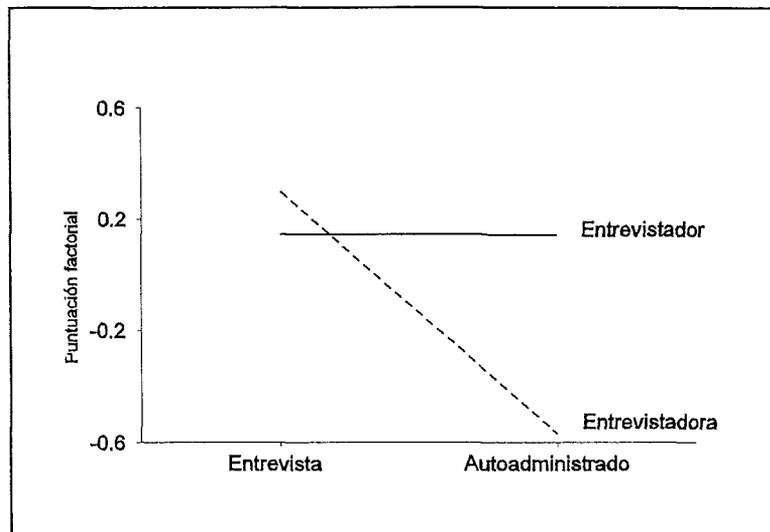


PUNTOS MÚLTIPLES EN LA GRÁFICA			
PUNTO	DIM2	DIM3	ETIQUETA ACTUAL
(1)	.08	.44	menant
(1)	-.15	.41	menpec
(3)	.08	.30	liqind
(2)	-1.07	.30	genant
(3)	.16	.29	liqinm
(2)	-1.00	.25	hominm
(5)	-.18	.17	aboinm
(4)	-.72	.15	cerant
(5)	-.35	.13	cerinm
(4)	-.63	.13	homhig
(6)	-.28	.11	homant
(6)	-.12	.10	aboind
(6)	-.23	.08	cerind
(6)	-.23	.07	geninm
(7)	.05	.05	menhig
(7)	-.01	.04	abohig
(7)	-.05	.03	abopec
(7)	-.17	.03	genind
(7)	-.03	.02	corhig
(7)	.00	.00	corpec
(7)	.00	.00	corinm
(7)	.00	.00	corind
(7)	.00	.00	corind
(7)	.00	.00	corinm
(7)	.00	.00	corpec
(8)	-.04	-.01	cerhig
(8)	-.06	-.02	cerpec
(8)	.07	-.02	genhig
(8)	.01	-.03	menpec
(8)	.16	-.04	hominm
(8)	-.01	-.06	menant
(8)	.12	-.06	homind
(10)	.20	-.08	homant
(10)	.29	-.08	genant
(11)	.55	-.09	genind
(9)	-.06	-.09	genpec
(9)	-.10	-.09	menhig
(10)	.12	-.09	hompec
(9)	-.29	-.12	corant
(11)	.57	-.12	cerant
(10)	.05	-.13	meninm
(12)	.04	-.15	menind
(12)	.27	-.20	aboant
(13)	.58	-.53	aboinm
(13)	.69	-.58	aboind

El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables independientes de forma de administración del cuestionario y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto significativo de interacción de las dos variables independientes, sobre el tercer factor, con una  $F_{(1,75)} = 3.95$ ,  $P < .05$ . La forma de administración no presenta diferencias cuando quien administra el cuestionario es un entrevistador, por contra cuando quien administra el cuestionario es una entrevistadora se aprecian importantes diferencias entre la forma

entrevistada del cuestionario y la forma autoadministrada. Cuando quien administra el cuestionario es un entrevistador su posición en la gráfica queda situada próxima al cruce de los ejes factoriales, no existiendo diferencias entre forma de administración. Cuando el cuestionario es entrevistado y administrado por una entrevistadora, su posición en la gráfica queda situada próxima a la consideración del trasplante de cerebro como pecaminoso y antihigiénico, a la consideración de la manipulación genética como pecaminosa y a la consideración de la ingestión de líquidos corporales como no antihigiénicos ni antinaturales.

Cuando el cuestionario es autoadministrado y entregado por una entrevistadora, su posición queda situada próxima a la consideración del aborto como antihigiénico, inmoral e indecente, al trasplante de cerebro como indecente y al trasplante de corazón como antihigiénico. El cuestionario entrevistado administrado por una



Medias factoriales de cada condición para el factor de actividades relacionadas con el cuerpo

entrevistadora, centra más las opiniones acerca de las actividades consideradas más pecaminosas e indecentes, y el cuestionario autoadministrado entregado por una entrevistadora, centra más las opiniones acerca de las actividades consideradas indecentes y antihigiénicas.

El análisis de la varianza nos muestra un efecto diferencial significativo de la variable sexo del/de la entrevistador/a sobre el segundo factor, con una  $F_{(1,75)} = 10.02$ ,  $P < .002$ . Cuando quien administra el cuestionario es un entrevistador ( $\bar{x} = -.33$ ) centra las opiniones más acerca de las actividades en las que interviene la cirugía o la medicina con opiniones negativas, por contra cuando el cuestionario es administrado por una entrevistadora ( $\bar{x} = .35$ ) centra las opiniones más acerca de las actividades relacionadas con prácticas sociales como el ingerir líquidos, relaciones homosexuales y hacer el amor durante la menstruación, también con opiniones negativas.

Aparece un segundo efecto diferencial significativo de la variable forma de

administración sobre el tercer factor, con una  $F_{(1, 75)} = 4.02$ ,  $P < .049$ . Cuando el cuestionario es entrevistado ( $\bar{x} = .22$ ) se sitúan las opiniones más próximas a las actividades consideradas más pecaminosas e indecentes, cuando el cuestionario es autoadministrado ( $\bar{x} = -.21$ ) las opiniones se sitúan más próximas a las actividades consideradas indecentes y antihigiénicas.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Los pecados de la menstruación y el trasplante de cerebro	-.06	.09	-.03	.01
El trasplante de cerebro como antihigiénico	-.34	.54	-.32	.15
La impureza de la menstruación	.15	.14	.3	-.57

### 3.2.3 ELEMENTOS DE CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL CUERPO

A fin de volver a disponer de una panorámica global de la investigación realizada, podemos presentar el siguiente resumen de conclusión de los resultados obtenidos.

El análisis de correspondencias simples aplicado a las quince entrevistas sobre el cuerpo nos ha permitido detectar una división de las entrevistas en función de los entrevistadores y las entrevistadoras, es decir, se producen discursos diferentes en función de la relación de género de quien realiza la entrevista y de quien es entrevistado/a. Un análisis más detallado de la situación de las entrevistas en las gráficas, nos muestra diferencias en los discursos sobre el cuerpo en función de las diferentes interacciones entre entrevistadores/entrevistadoras y entrevistados/entrevistadas, pudiéndose observar agrupaciones de estas interacciones más o menos homogéneas en las tres dimensiones o factores analizados. Esta distinción de los discursos en función de las diversas interacciones

también se ha podido encontrar cuando el análisis de correspondencias se ha aplicado a los cuatro diferentes grupos de entrevistas. Los hombres y las mujeres elaboran discursos diferentes en función de la diferente interacción que se establece en la situación de entrevista con los entrevistadores y las entrevistadoras. El análisis de la caracterización de los grupos de entrevista nos ha permitido constatar las diferencias, en términos de frecuencias y de significado, de las palabras utilizadas por cada grupo respecto de los demás.

Los análisis aplicados a los datos de los cuestionarios nos han permitido, en primer lugar, efectuar una reducción de la cantidad inicial de 115 variables a 39 factores, y por otra parte, disponer de un conjunto estructurado de contenidos de pensamiento y conocimiento sobre el cuerpo. Esto ha facilitado el análisis de las incidencias de las variables manipuladas en la investigación, y al mismo tiempo nos ha permitido trabajar con variables compuestas.

Las dos variables manipuladas, forma de administración de los cuestionarios y sexo del/de la entrevistador/a han presentado diversos efectos significativos sobre el conjunto de los 39 factores analizados. De los diferentes bloques de contenido de los cuestionarios, se han detectado efectos significativos de interacción de las variables manipuladas en las metáforas del cuerpo. En las sensaciones corporales, los efectos se han centrado en la actividad de hacer el amor, con un efecto de la variable sexo del/de la entrevistador/a, y en la situación de muerte de una persona cercana, con un efecto de la misma variable. En ambos contextos temáticos, cuando las personas han sido preguntadas por una entrevistadora han manifestado una menor relación del factor de sensaciones con la actividad y situación propuesta.

Las partes del cuerpo en las que las personas se fijan para atribuir determinadas características, también nos han permitido detectar diversos efectos de las variables manipuladas. De las características propuestas, han sido en las de inteligencia, fría y simpática donde se han concentrado los efectos. En las tres características se han producido efectos de interacción. En la característica de inteligencia se han producido además dos efectos simples, uno en relación a la forma de administración del cuestionario y otro en relación al sexo del/de la entrevistador/a. En la característica de simpatía se ha producido igualmente un efecto simple de la forma de administración. En definitiva, en relación a las partes del cuerpo en las que las personas dicen fijarse para atribuir estas características, la forma en que se administra el cuestionario, el sexo del/de la entrevistador/a y la interacción de ambas variables produce efectos discursivos no lineales diferentes. Curiosamente, en las tres características propuestas restantes (atractiva, sensual y comunicativa), en las que inicialmente y quizás por estereotipo se podían esperar efectos, no se han producido efectos significativos.

En relación a lo que es admitido y desechado en referencia al cuerpo, las variables manipuladas presentan un efecto de interacción y dos efectos simples, uno referente a la forma de administración y otro referente al sexo del/de la entrevistador/a. Las respuestas acerca de la consideración de lo que es admitido y desechado en relación al cuerpo se ven afectadas por el tipo de interacción entre entrevistador/a y entrevistado/a y la forma en que esta interacción se produce.

La variable sexo del/de la entrevistado/a ha presentado diversas interacciones significativas, fundamentalmente con la variable forma de administración de los cuestionarios, que es la variable manipulada que tipifica el tipo de interacción contextual que se establece entre la persona que contesta las preguntas y su interlocutor/a. Las interacciones se han producido en las sensaciones relacionadas con hacer el amor, en el cuidado del propio cuerpo, en lo que más gusta del propio cuerpo y en las partes del cuerpo observadas para atribuir a una persona las características de atractiva, inteligente, sensual y fría.

## 3.3 INVESTIGACIÓN SOBRE LA EDUCACIÓN

### 3.3.1 MÉTODO

En la investigación sobre la educación se comparten los mismos objetivos que en la investigación sobre el cuerpo. En este sentido las técnicas de investigación utilizadas han sido las mismas, es decir, entrevistas semiestructuradas, cuestionarios entrevistados y cuestionarios autoadministrados. Para el trabajo de campo se contó con el mismo equipo de colaboradores que participaron en la investigación sobre el cuerpo, con lo que las sesiones formativas se redujeron a la toma de contacto y familiarización con el contenido del guión de las entrevistas y con los cuestionarios. Igualmente, tanto las entrevistas como los cuestionarios se realizaron en las casas de las personas que conformaban la muestra para esta investigación. El procedimiento de las entrevistas y de los cuestionarios fue el mismo que se siguió en la investigación sobre el cuerpo, es decir, las entrevistas se grabaron con magnetófono con el consentimiento de los entrevistados y entrevistadas, y el cuestionario entrevistado se administró con la ayuda de las tarjetas que mostraban los diferentes tipos de alternativas de respuesta para cada bloque de preguntas.

#### 3.3.1.1 MATERIAL

Para establecer los contenidos que debían ser abordados en las entrevistas y en los cuestionarios se realizaron una serie de entrevistas preliminares.

El guión de contenidos de la entrevista sobre la educación se planteó también de forma amplia para dar cabida a los temas más generales en relación al tema. Los diversos bloques propuestos fueron inicialmente el de conceptualización, para conocer qué concepto se tiene de educación y qué aspectos se relacionan con la educación. En segundo lugar se planteó un bloque de valoración de la propia educación, a fin de poder comparar el proceso educativo y los diversos aspectos implicados desde una perspectiva temporal y de valoración de la propia experiencia personal. El tercer bloque de contenidos hace referencia al proceso educativo entendido en el amplio sentido del término, es decir, sin constreñirlo en un solo ámbito, ya sea el escolar, ya sea el familiar o ya sea el social. En este sentido, se contemplaron los aspectos que pueden facilitar una buena educación, los aspectos que la

pueden perturbar, la complementariedad o exclusividad de los diversos ámbitos implicados, relación familia - escuela, el papel otorgado a la experiencia, el rol y responsabilidades que se atribuyen a los protagonistas de la educación, etc. Otro bloque de contenidos estaba referido a la valoración de la educación en términos de su utilidad, de su situación en el momento actual, sobre qué se está satisfecho o sobre qué se está preocupado en relación a la educación. Finalmente se propusieron los aspectos normativos, refiriéndose a posibles tipos diferentes de educación en función de sexo, religión etnia o clase social, límites de la educación, etc.

El guión utilizado en estas entrevistas se iniciaba con una presentación del entrevistador o entrevistadora y se informaba del objetivo y del tema de la entrevista; a continuación se pasaba a la explicación de las condiciones del desarrollo y de la dinámica de la entrevista. El guión que presentamos está traducido al castellano, ya que la mayor parte de las entrevistas se realizaron en catalán:

---

## GUIÓN

### Conceptualización:

Definición de educación. En qué piensa cuando se habla de educación.

### Valoración de la propia educación:

Historia, vivencias de su educación (recuerdos, cómo la ha vivido, cómo quisiera que hubiese sido...). Utilidad de su educación a lo largo de su vida. Finalización del proceso educativo.

### Proceso educativo:

Ingredientes de una buena educación (facilitación). Factores que perturban la educación. Educación institucional (familia, escuela...) educación experiencial (transmisión de experiencia, lo que enseña la vida) Rol de los protagonistas, grados de responsabilidad.

### Valoración de la educación:

Satisfacciones y preocupaciones en relación a la educación en la actualidad. Utilidad de la educación. Determinismo de la educación.

### Aspectos normativos:

Educación diferenciada (sexo, cultura, clase social...), límites.

---

El cuestionario sobre la educación recoge en líneas generales los diversos bloques de contenido planteados en el guión de la entrevista, transformándolos en preguntas cerradas. La primera parte del cuestionario está dedicada a la presentación de quién lo administra, a la presentación del tema del cuestionario y a una breve explicación sobre las alternativas de respuesta y finalmente se agradece la colaboración.

El primer bloque de preguntas del cuestionario está referido a la conceptualización de la educación, y se proponen diversas definiciones de educación y de contenidos, para cada uno de los cuales se presenta una escala numérica de 1 a 7, en la que el 1 significa

poco de acuerdo en relación a la definición o contenido propuesto y el 7 significa muy de acuerdo. El segundo bloque de preguntas está destinado a cómo se recuerda la propia educación a través de seis adjetivos y para cada uno de ellos se presentan las alternativas de poco, bastante y mucho. En el cuestionario también se recoge la relación entre las diversas etapas de la vida de una persona y la adquisición de educación. El enunciado de la pregunta está pensado para toda la educación que una persona adquiere a lo largo de su vida, cuestionándose cuánta de esta educación se cree que se adquiere en cada uno de estos momentos. Las diferentes etapas propuestas son infancia, adolescencia, juventud, madurez y vejez, y para cada una de ellas se presenta una escala numérica de 0 a 10, en la que el 0 significa poca y el 10 mucha.

La responsabilidad de la educación se trata en el cuestionario a través de una pregunta en la que se proponen diversas instituciones, además de la propia persona, preguntándose para cada una de ellas cuánta responsabilidad se le atribuye, con las alternativas poco, bastante y mucho. Las condiciones y los contenidos de la educación se tratan en tres bloques de preguntas, en las que se ofrecen diversas posibilidades que se tienen que valorar a través de diversas escalas numéricas. La utilidad de la propia educación se presenta en el cuestionario a través de una pregunta de elección múltiple, en la que se proponen cinco alternativas de respuesta: para relacionarse con la gente, para encontrar trabajo, para educar mejor a los hijos, para tener más cultura y para poca cosa. La última pregunta de elección múltiple se refiere a qué tipo de escuela se cree que proporciona mejor educación, con las alternativas de escuela pública, escuela privada religiosa y escuela privada laica.

El último bloque de preguntas son preguntas censales sobre la edad, el sexo, nivel de estudios, en qué tipo de escuela realizó sus estudios y a qué tipo de escuela lleva a sus hijos.

### 3.3.1.2 MUESTRA

La muestra de esta investigación sobre la educación fue seleccionada con el mismo procedimiento que la muestra de la investigación sobre el cuerpo, es decir, una muestra no representativa, de conveniencia, con acceso a las personas a través de terceros. Las entrevistas se realizaron a un total de 16 personas, cuatro para cada condición de entrevista. Los criterios de selección de los entrevistados fueron, al igual que para la muestra de los

cuestionarios, que se tratara de personas con hijos en edad escolar (a partir de los tres años) y que no tuviesen actividades profesionales relacionadas con el tema de la entrevista (maestros, pedagogos, etc.), con el fin de que la perspectiva profesional no predominase en la entrevista. Dicho de otro modo, interesaba entrevistar a padres y no a profesionales de la educación.

La muestra de los 16 entrevistados estaba formada el 50% por hombres y el 50% por mujeres, repartidos equitativamente en las cuatro condiciones de entrevista:

	Entrevistador	Entrevistadora
Entrevistado	4	4
Entrevistada	4	4

Las edades de los entrevistados en el conjunto de las 16 entrevistas, oscilaban entre 28 y 50 años.

Los cuestionarios sobre la educación se pasaron a un total de 78 personas, de las cuales 37 eran hombres y 41 mujeres. Los cuestionarios se administraron bajo dos formas: 40 cuestionarios se pasaron de forma entrevistada y 38 se pasaron de forma autoadministrada, es decir, se proporcionó el cuestionario a la persona y ella misma leía y contestaba las preguntas sin la intervención del/de la entrevistador/a, a no ser que fuera requerida esta intervención por alguna duda de la persona que contestaba el cuestionario.

La distribución de la muestra para cada una de las condiciones, teniendo en cuenta el sexo de la persona que contestaba el cuestionario, el sexo del entrevistador/a y la forma de administración del cuestionario, fue la siguiente: hombres y 10 mujeres contestaron el cuestionario entrevistado por un entrevistador, 9 hombres y 11 mujeres contestaron el cuestionario entrevistado por entrevistadoras. Para los cuestionarios autoadministrados, fueron 8 hombres y 10 mujeres los que contestaron el cuestionario entregado por un entrevistador, y para los cuestionarios entregados por una entrevistadora, contestaron 10 hombres y 10 mujeres. Estos datos se resumen en la siguiente tabla.

	CUESTIONARIO ENTREVISTADO		CUESTIONARIO AUTOADMINISTRADO	
	Entrevistador	Entrevistadora	Entrevistador	Entrevistadora
Hombre	10	9	8	10
Mujer	10	11	10	10

Las edades de los entrevistados oscilaban entre 26 y 55 años, presentado la muestra una media de 40 años. Al igual que en la investigación sobre el cuerpo, en esta investigación se intentó que el abanico de profesiones practicadas por las personas fuera amplio. De este modo, el cuestionario se administró a trabajadores por cuenta propia y ajena, amas de casa, directivos y, en este caso, también estudiantes.

## 3.3.2 RESULTADOS

### 3.3.2.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

#### 3.3.2.1.1 RESULTADOS PRELIMINARES

De las dieciséis entrevistas realizadas, se tuvo que anular una en la que la poca colaboración de la persona entrevistada produjo una entrevista muy poco lineal y excesivamente intervenida por el entrevistador, con un contenido muy pobre en cuanto a la expresión de ideas y opiniones y con abundancia de expresiones hechas, referidas básicamente a la resolución de la situación sin abordar el tema planteado (por ejemplo: depende, supongo, no sé que decirte, esto es muy difícil, pensaba que sería otra cosa, etc.), esta entrevista anulada estaba realizada por un entrevistador a una mujer. Después de la transcripción de las entrevistas se realizó, al igual que con las entrevistas sobre el cuerpo, la traducción del castellano al catalán. Esto supuso la traducción de seis entrevistas.

La cantidad final de entrevistas analizadas y sus diferentes condiciones fue:

Entrevistador - Entrevistada	3
Entrevistador - Entrevistado	4
Entrevistadora - Entrevistado	4
Entrevistadora - Entrevistada	4
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>

Antes de exponer los resultados propiamente dichos de esta investigación debemos hacer una aclaración acerca de la existencia de cuatro entrevistadores diferentes en la realización de entrevistas. Posiblemente podríamos encontrar efectos producidos por el/la entrevistador/a en el discurso del/de la entrevistado, sin embargo, aquí estos efectos no nos interesan. Que el/la entrevistador/a es parte activa en la elaboración discursiva que se produce en las entrevistas es algo evidente e incuestionable. Al pretender despejar el efecto de esa actividad, entonces el sentido de la entrevista desaparece. Justamente, en esta parte de la investigación, nos interesan los efectos de interacción Entrevistador/a-Entrevistado/a, y no que puedan existir diferencias individuales entre entrevistadores (lógicas y necesarias para que una entrevista sea una entrevista, sino estaríamos ante un cuestionario

entrevistado), ni tampoco diferencias individuales entre entrevistados, aunque en este caso sí, este análisis será una condición necesaria previa a los resultados de interacción<sup>13</sup>

El procedimiento de análisis de las entrevistas siguió las mismas pautas que el análisis de las entrevistas de la investigación sobre el cuerpo, es decir, antes de iniciar el análisis propiamente dicho, se realizó una primera depuración de las entrevistas, eliminando las conjunciones, preposiciones, artículos, pronombres relativos, pronombres interrogativos etc.

El primer análisis frecuencial nos muestran un total de 12800 palabras, de las cuales 2632 son palabras diferentes, lo que supone un 20.6%. El primer listado sobre el que podemos trabajar nos proporciona las palabras dichas más de una vez, lo que significa un total de 11337. Sobre estas palabras comenzamos a realizar correcciones ortográficas y agrupaciones sintácticas, como por ejemplo, plurales y singulares, masculinos y femeninos etc., en función de la mayor frecuencia de la forma contada; igualmente se convierten las formas verbales a su infinitivo.

Después de realizar todas las correcciones y agrupaciones posibles, nos queda un total de 7666 palabras, de las cuales 1033 son palabras diferentes, lo que significa un 13.5% del total. Con esta lista, y al igual que se hizo con las entrevistas sobre el cuerpo, se estableció un umbral de frecuencia de las palabras. Este umbral quedó especificado en cinco, es decir, todas las palabras dichas más de cuatro veces. Con este umbral establecido, el total de palabras con el que se han realizado los análisis es de 4071 de las que 168 son palabras diferentes. A continuación presentamos las palabras que intervienen en el análisis y sus frecuencias.

---

13

De lo que se deriva que en la parte de la investigación correspondiente a los cuestionarios sí que es pertinente analizar estos efectos y despejarlos a fin de establecer la validez de la investigación.

PALABRAS	FRECUENCIA	PALABRAS	FRECUENCIA	PALABRAS	FRECUENCIA
EDUCACIO	291	ETAPA	17	ESCOLAR	10
PARES	176	FACIL	17	SISTEMA	10
ESCOLA	147	NOVES	17	MOTIVAR	10
PERSONA	128	FEINA	16	NEGATIU	10
NENS	126	EDAT	16	TV	10
APENDRE	102	EXPLICAR	16	OBLIGAR	10
MESTRES	97	UNIVERSITAT	15	DEMANAR	9
BONA	93	BAIXA	15	PERSONAL	9
FAMILIA	91	PRIVADA	15	MALA	9
FILLS	86	AJUDAR	15	LABORAL	9
EDUCAR	76	NORMES	15	SEXE	9
SABER	75	AVIS	15	MACO	9
BE	62	PROPIA	14	TANCAR	9
NIVELL	62	DEIXAR	14	AMBIT	9
AMBIENT	58	AVANÇAR	14	FUTUR	9
AMICS	57	NECESSITATS	14	IDEA	9
DIFERENTS	56	NORMAL	14	DOLENT	9
MILLOR	52	PREPARAR	14	HONRADESA	9
VIDA	49	NOIS	14	COMUNICACIO	8
CULTURA	48	DIFICIL	13	COMPETITIVITAT	8
CASA	45	DETERMINAR	13	COMPLEMENTARIA	8
ENSENYAR	41	FORMAR	13	INTENTAR	8
RELACIONAR	39	IMPARTIR	13	POSSIBLE	8
COLLEGI	39	ECONOMIA	13	RIGID	8
SOCIETAT	37	TEMA	13	TASCA	7
RESPECTE	36	ESTUDIANT	12	TOLERAR	7
VIURE	36	VALORAR	12	PLACES	7
CANVIAR	34	DESENVOLUPAR	12	PROGRAMA	7
FORMACIO	33	ADAPTAR	12	NOTES	7
TREBALL	32	EXPERIENCIA	12	NEIXER	7
PASSAR	32	POSITIU	12	NEGRE	7
ESTUDIAR	32	JUGAR	12	MITJANS	7
CLASSES	30	ESTAT	12	CUIDAR	7
INFLUIR	30	NECESSITAR	12	MEMORIA	7
PENSAR	29	TEMPS	12	ADEQUAT	7
PREOCUPAR	29	PROFESSIONALS	12	FALTA	7
PARLAR	27	OBERT	11	ESPABILAR	7
PETITS	26	POBLE	11	INDIVIDU	7
COMENÇAR	26	CARRERA	11	LLIBRES	6
COMPORAMENT	26	SATISFACCIO	11	ENRIQUIR	6
RESPONSABILITAT	26	UTIL	11	RESULTAT	6
ENSENYAMENT	25	LLIBERTAT	11	COPIAR	6
VALORS	24	GANES	11	CASTIGS	6
PROBLEMA	23	CONVIVENCIA	11	INTEGRAR	6
CONEIXEMENTS	22	INTERESSAR	11	CONTRARI	6
PUBLICA	22	MARCAR	11	SORT	6
ENTENDRE	21	CURSOS	10	LIMITAR	6
AGRADAR	21	CREURE	10	LLEIS	6
DIFERENCIAR	21	DUR	10	DEDICAR	6
ESTUDIS	21	CONDICIONA	10	EXIGIR	6
RECORDAR	21	CONFIANÇA	10	CONTACTE	6
SOCIAL	20	CARRER	10	ALUMNES	6
JOVENTUD	18	COSTAR	10	AFECTIVITAT	6
MALAMENT	18	INCUICAR	10	US	6
RESPONSABLE	18	MAL	10	ESCOLTAR	6
00000000BASIC	18	FUNCIONAR	10	DEDICAR	6
CONEIXER	18				

La palabra que obtiene una mayor frecuencia (educación 291) es lógicamente la referida al tema de la entrevista, y a continuación aparecen los personajes e instituciones relacionados con el tema como los «padres», la «escuela», la «persona», los «niños», etc. El primer concepto que hace referencia a una acción en relación a la educación aparece en sexto lugar y es el verbo «aprender» con una frecuencia de 102 veces. En realidad conceptos de acción en estas primeras veinte palabras más utilizadas aparecen solamente tres: «aprender», «educar» y «saber».

## DISTRIBUCIÓN DE PALABRAS EN LAS ENTREVISTAS. EDUCACIÓN

IDENTIFICADOR	* NUMERO * DE * PALABRAS	/1000 DEL TOTAL	* NUMERO DE * PALABRAS * DIFERENTES	/1000 DE LA ENTREV.	* NUMERO DE * PALABRAS * RETENIDAS	*
Entrevistador/Entrevistado	* 1239	161.6	* 121	97.7	* 632	*
Entrevistador/Entrevistado	* 639	83.4	* 88	137.7	* 283	*
Entrevistador/Entrevistado	* 879	114.7	* 113	128.6	* 463	*
Entrevistador/Entrevistado	* 339	44.2	* 74	218.3	* 172	*
Entrevistador/Entrevistada	* 616	80.4	* 72	116.9	* 365	*
Entrevistador/Entrevistada	* 228	29.7	* 55	241.2	* 126	*
Entrevistador/Entrevistada	* 375	48.9	* 78	208.0	* 183	*
Entrevistadora/Entrevistada	* 519	67.7	* 86	165.7	* 256	*
Entrevistadora/Entrevistada	* 444	57.9	* 59	132.9	* 284	*
Entrevistadora/Entrevistada	* 496	64.7	* 90	181.5	* 289	*
Entrevistadora/Entrevistada	* 379	49.4	* 59	155.7	* 227	*
Entrevistadora/Entrevistado	* 619	80.7	* 85	137.3	* 340	*
Entrevistadora/Entrevistado	* 305	39.8	* 65	213.1	* 150	*
Entrevistadora/Entrevistado	* 277	36.1	* 52	187.7	* 136	*
Entrevistadora/Entrevistado	* 312	40.7	* 65	208.3	* 165	*
<b>G L O B A L</b>	* 7666	1000.0	*		* 4071	*

La distribución de las cantidades de palabras dichas para cada grupo de condición de entrevistas presenta ciertas diferencias. Si observamos las frecuencias totales de palabras para cada entrevista podemos ver que los hombres cuando son entrevistados por hombres presentan una media de 774 palabras y cuando son entrevistados por mujeres pasan a una media de 378 palabras. Las mujeres cuando son entrevistadas por mujeres utilizan una media de 460 palabras, esta cantidad se reduce a 406 palabras cuando son entrevistadas por hombres.

En las entrevistas sobre educación, los hombres utilizan de media 99 palabras diferentes cuando son entrevistados por hombres y una media de 67 cuando son entrevistados por mujeres, siendo esta diferencia mayor que cuando el objeto de la entrevista es el cuerpo. Las mujeres presentan una media de 74 palabras diferentes en sus

entrevistas cuando son entrevistadas por mujeres, pasando esta media a 68 cuando son entrevistadas por hombres.

Para las quince entrevistas sobre la educación se ha aplicado un análisis de correspondencias simples, es decir, una vez se ha realizado el recuento total de palabras y de palabras diferentes, lo que equivale a montar una tabla de frecuencias de las palabras, se ha procedido a montar una tabla de contingencias donde en las columnas figuran los quince entrevistados en función y en las filas se sitúan las palabras seleccionadas a partir del umbral de frecuencia determinado anteriormente.

### 3.3.2.1.2 DISCURSOS Y CONDICIONES DE INTERACCIÓN EN LAS ENTREVISTAS

La solución factorial del análisis de correspondencias simple aplicado a las quince entrevistas sobre la educación nos proporciona los siguientes valores propios:

NUMERO	VALEUR PROPRE	POURCENT. 	POURCENT. CUMULE	
1	.2037	14.26	14.26	*****
2	.1605	11.24	25.49	*****
3	.1323	9.26	34.76	*****
4	.1214	8.50	43.26	*****
5	.1152	8.07	51.32	*****
6	.1034	7.24	58.56	*****
7	.0996	6.97	65.53	*****
8	.0901	6.31	71.84	*****
9	.0859	6.01	77.85	*****
10	.0811	5.68	83.53	*****
11	.0719	5.03	88.57	*****
12	.0600	4.20	92.77	*****
13	.0552	3.86	96.63	*****
14	.0481	3.37	100.00	*****

Con el objeto de poder establecer una mínima dimensionalización en el amplio conjunto de palabras, y con el fin de poder establecer qué tipos de correspondencias se ponen de manifiesto entre las dimensiones analizadas y los individuos, decidimos trabajar con los tres primeros factores que abarcan el 34.76% de la varianza explicada, siendo conscientes de que este porcentaje es relativamente bajo pero suficiente para el objetivo establecido.

La siguiente tabla nos muestra las palabras con mayor contribución en cada uno de los tres factores seleccionados:

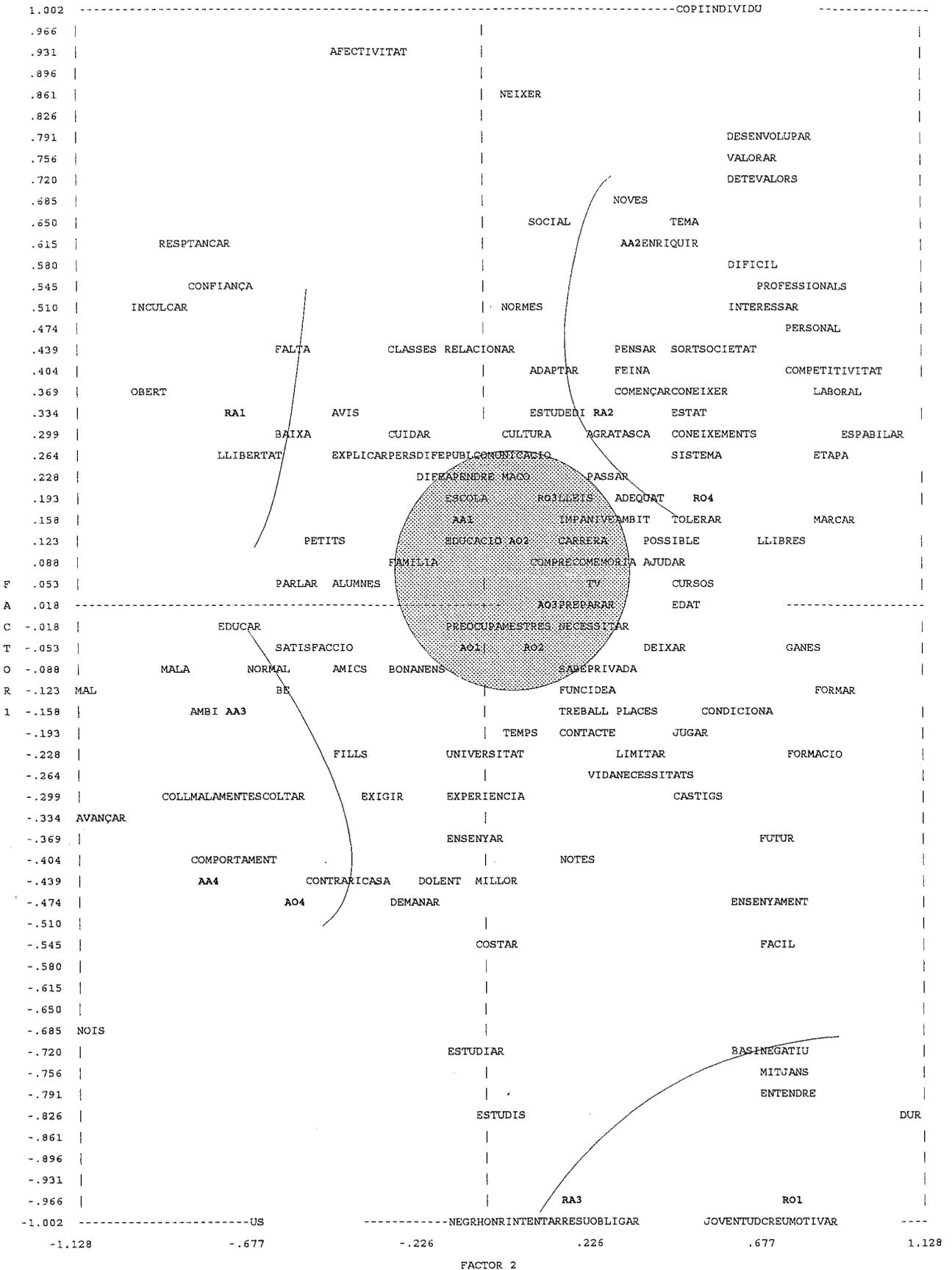
FACTOR 1		FACTOR 2		FACTOR 3	
Influir	4.6	Joventud	6.2	Avis	5.7
Educar	4.2	Rígid	5.3	Normes	4.5
Ambient	4.2	Motivar	4.6	Programa	4.3
Col.legi	3.4	Creure	4.4	Llibertat	3
Formació	2.5	Honradesa	3.8	Classes	2.6
Nois	2.5	Resultat	3.8	Normal	2.4
Avançar	2.4	Obligar	3.7	Responsable	2.3
Bé	2.3	Estudiar	2.7	Cultura	2.2
		Estudis	2.4	Impartir	2.2
		Us	2.4	Laboral	2.1
		Intentar	2.3	Ensenyament	2.1
		Negre	2.3		
		Individu	2.1		
		Entendre	2.1		

El primer factor tiene un valor propio de 0.2037 y explica el 14.26% de la varianza total. Este primer factor recoge una idea general de educación, concebida fundamentalmente como «formación», palabra situada en el polo positivo del factor y rodeada de las palabras «formar», «condiciona», «jugar», «limitar», «necesidades», «castigos» y «futuro», es decir, la formación en el amplio sentido de la palabra. Esta concepción de la educación como formación se ve complementada con las referencias al «ambiente» y al «colegio», aspectos típicamente referidos como elementos de un gran impacto en el proceso formativo y educativo.

Es importante destacar que en estas referencias no aparece la familia ni referencias a familiares, aunque en la gráfica aparecen situadas en la parte del polo negativo próximas al eje del factor. Las acciones que presentan una contribución al factor que son tres: «influir», «avanzar» y «educar», situadas en la gráfica próximas a la palabra comportamiento, y a la palabra «colegio», que aparece junto con el calificativo de «mal». Este factor recoge la idea de la educación como una acción básicamente formativa, dependiente del ambiente y del colegio.

El segundo factor tiene un valor propio de 0.1605 y explica el 11.24% de la varianza. Este factor incide más en aspectos concretos de la dinámica formativa. De las palabras que presentan una contribución más alta hemos de destacar la palabra individuo, la única situada en el extremo del polo positivo, el resto de palabras quedan situadas en el polo negativo. Educación individual que parece moverse en la ambivalencia de ser atractiva, ha de motivar, entender, creer, intentar, pero al mismo tiempo ha de ser rígida y ha de obligar. Las palabras juventud, creer, motivar y rígido aparecen juntas en la parte inferior derecha de la gráfica. También hemos de destacar la referencia en este factor a contenidos concretos de la educación, como son los estudios y estudiar.

A continuación podemos observar la gráfica de cruce de los dos primeros ejes, con la posición de las palabras y cada una de las personas entrevistadas. Al igual que en la investigación sobre el cuerpo, para las personas entrevistadas, la primera letra indica si se trata de una entrevista realizada por un entrevistador (R) o una entrevistadora (A), la segunda si se trata de un entrevistado (O) o una entrevistada (A), y el número siguiente indica el número de entrevista. Así, por ejemplo, RA1 indica primera entrevista realizada por un hombre a una mujer. Los solapamientos gráficos sombreados, evidentemente, no son resultados del análisis, sino ilustraciones introducidas por nosotros para facilitar la visualización de la posición de las entrevistas y sus proximidades por condiciones de interacción.



PUNTOS MÚLTIPLES ( 100 MAXIMO)

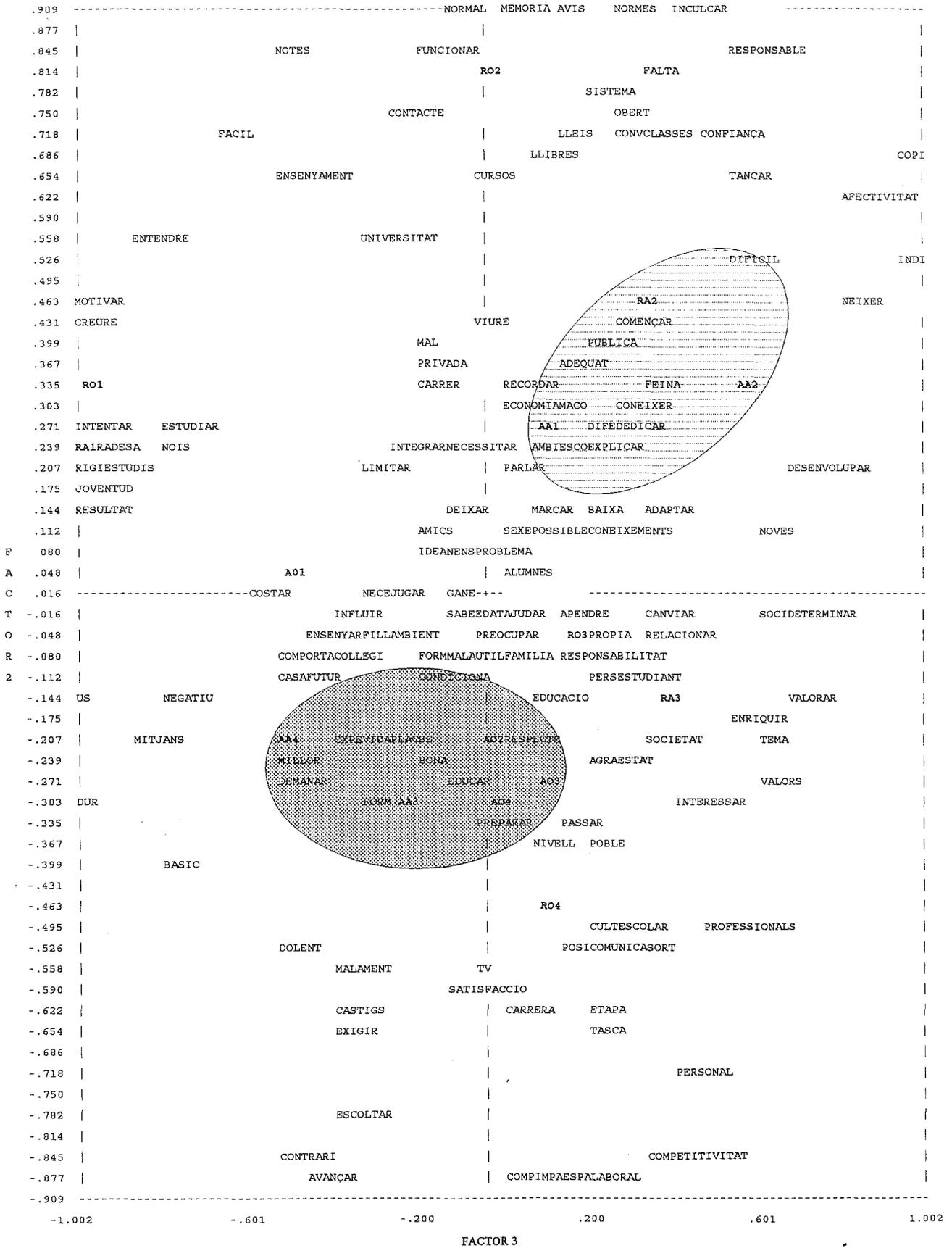
PUNTO *	ABSCISA	*	ORDENADA	*	PUNTO *	ABSCISA	*	ORDONADA	*
VISTO *	APROXIMADA	*	APROXIMADA	*	OCULTO	APROXIMADA	*	APROXIMADA	*
*ADAPTAR *	.15	*	.37	*	*CANVIAR *	.15	*	.37	*
*FEINA *	.38	*	.37	*	*PROGRAMA *	.38	*	.37	*
*CONEIXER *	.53	*	.33	*	*CONVIVEN *	.53	*	.33	*
*DEDICAR *	.23	*	.30	*	*ESCOLAR *	.23	*	.30	*
*CONEIXEM *	.53	*	.26	*	*PROPIA *	.53	*	.26	*
*DIFERENT *	-.15	*	.23	*	*POBLE *	-.15	*	.23	*
*MACO *	.08	*	.19	*	*POSITIU *	.08	*	.19	*
*ADEQUAT *	.38	*	.16	*	*RESPONSA *	.38	*	.16	*
*TOLERAR *	.53	*	.12	*	* 211 *	.53	*	.12	*
*AJUDAR *	.45	*	.05	*	*ECONOMIA *	.45	*	.05	*
*FAMILIA *	-.23	*	.05	*	*PARES *	-.23	*	.05	*
*FAMILIA *	-.23	*	.05	*	*RESPECTE *	-.23	*	.05	*
*COMPLEME *	.15	*	.05	*	*SEXE *	.15	*	.05	*
*PREPARAR *	.23	*	-.02	*	*PROBLEMA *	.23	*	-.02	*
*EDAT *	.53	*	-.02	*	*UTIL *	.53	*	-.02	*
*EDAT *	.53	*	-.02	*	*VIURE *	.53	*	-.02	*
*MESTRES *	.08	*	-.05	*	* 211 *	.08	*	-.05	*
*PREOCUPA *	-.08	*	-.05	*	* 221 *	-.08	*	-.05	*
*BE *	-.53	*	-.16	*	*CARRER *	-.53	*	-.16	*
*CONTACTE *	.23	*	-.23	*	*INTEGRAR *	.23	*	-.23	*
*AVANÇAR *	-1.05	*	-.37	*	*INFLUIR *	-1.05	*	-.37	*
*CREURE *	.75	*	-1.04	*	*RIGID *	.75	*	-1.04	*
*CREURE *	.75	*	-1.04	*	* 211 *	.75	*	-1.04	*
*RESULTAT *	.23	*	-1.04	*	* 212 *	.23	*	-1.04	*

Las gráficas de los cruces de los primeros factores nos permiten su identificación y ver la situación y distribución de las palabras, y al mismo tiempo nos permite observar la situación de los entrevistados dentro de este espacio gráfico. En la gráfica del cruce del primer y segundo factor podemos ver como seis de las quince entrevistas se sitúan próximas al cruce de los ejes factoriales. De estas seis entrevistas dos son hombres entrevistados por hombres, tres son mujeres entrevistadas por hombres, y una es mujer entrevistada por otra mujer. El resto de los entrevistados se distribuyen entre los cuatro cuadrantes de la gráfica; en el superior derecho vemos una mujer entrevistada por otra mujer, un hombre entrevistado por un hombre y un hombre entrevistado por una mujer; en el superior izquierdo un hombre entrevistado por una mujer; en el inferior derecho un hombre entrevistado por un hombre y un hombre entrevistado por una mujer, y finalmente, en el inferior izquierdo dos mujeres entrevistadas por mujeres y una mujer entrevistada por un hombre.

De esta situación de las entrevistas en la gráfica es difícil deducir algún tipo de

criterio puesto que su situación no parece estar relacionada ni con el sexo del/de la entrevistador/a ni con los/as entrevistados/as. Las únicas agrupaciones que presentan un cierto nexo de unión son las que corresponden a la parte inferior de la gráfica, donde vemos que dos de los hombres entrevistados se sitúan en la parte derecha y tres de las mujeres entrevistadas se sitúan en la parte izquierda, aunque esta diferenciación no parece poder trasladarse al resto de las entrevistas.

El tercer factor tiene un valor propio de 0.1323 y explica el 9.26% de la varianza. En el extremo del polo negativo del tercer factor en su cruce con el segundo, podemos ver situadas las palabras «laboral», «impartir» y «espabilar» junto a «competitividad» en referencia a la educación en su vertiente de preparación o capacitación laboral. En el polo positivo se sitúan las referencias a los aspectos normativos y de responsabilidad de la educación y de valores como la «libertad». Es de destacar la referencia a los «abuelos» junto a las palabras «memoria», «libertad» y «normas»; próximas a éstas podemos ver las palabras «leyes», «sistema», y «confianza». El tercer factor recoge la imagen de la educación como transmisión de normas y valores dentro del sistema y de preparación para el mundo laboral.



PUNTOS MÚLTIPLES ( 100 MAXIMO )

PUNTO *	ABSCISA	*	ORDONADA	*	PUNTO *	ABSCISA	*	ORDONADA	*
VISTO*	APROXIMADA	*	APROXIMADA	*	OCULTO *	APROXIMADA	*	APROXIMADA	*
*AVIS *	.20	*	.88	*	*LLIBERTA *	.20	*	.88	*
*AVIS *	.20	*	.88	*	*PROGRAMA *	.20	*	.88	*
*CONTACTE *	-.20	*	.72	*	*TEMPS *	-.20	*	.72	*
*COMENÇAR *	.33	*	.40	*	* 212 *	.33	*	.40	*
*FEINA *	.40	*	.30	*	*PENSAR *	.40	*	.30	*
*HONRADES *	-.93	*	.21	*	*NEGRE *	-.93	*	.21	*
*HONRADES *	-.93	*	.21	*	* 212 *	-.93	*	.21	*
*JOVENTUD *	-.93	*	.14	*	*OBLIGAR *	-.93	*	.14	*
*MARCAR *	.13	*	.11	*	*PETITS *	.13	*	.11	*
*ALUMNES *	.07	*	.02	*	*PARES *	.07	*	.02	*
*APENDRE *	.20	*	-.05	*	*DIFERENC *	.20	*	-.05	*
*EDAT *	.00	*	-.05	*	*MESTRES *	.00	*	-.05	*
*ESTUDIAN *	.33	*	-.14	*	* 212 *	.33	*	-.14	*
*AGRADAR *	.27	*	-.27	*	*CUIDAR *	.27	*	-.27	*
*BONA *	-.13	*	-.27	*	*TREBALL *	-.13	*	-.27	*
*MILLOR *	-.47	*	-.27	*	* 222 *	-.47	*	-.27	*
*PREPARAR *	.00	*	-.37	*	* 221 *	.00	*	-.37	*
*IMPARTIR *	.13	*	-.91	*	*TOLERAR *	.13	*	-.91	*

En la gráfica del cruce de los factores segundo y tercero, la distribución de las entrevistas tampoco parece seguir ningún criterio claro ni definido. Siete de las entrevistas están situadas en la mitad superior de la gráfica y las ocho restantes en la parte inferior, aunque esta división afecta tanto a entrevistados/as como a entrevistadores/as. El único grupo de entrevistas que parece estar agrupado a partir de los entrevistados es el situado en la parte central inferior de la gráfica, que agrupa a cinco de las ocho entrevistadas. En la parte superior derecha aparecen tres entrevistas realizadas por entrevistadoras, aunque estas agrupaciones parecen ser más casuales que a partir de la incidencia de los/as entrevistadores/as o de los/as entrevistados/as.

El análisis de correspondencias realizado se ha referido a las quince entrevistas por separado, y no nos ha proporcionado indicios de que los diferentes tipos de combinación entre entrevistados/as y entrevistadores/as incida en los resultados de las entrevistas. A continuación vamos a exponer los resultados de un segundo análisis de correspondencias pero aplicado esta vez a las entrevistas agrupadas en función de las cuatro condiciones, es decir, agrupar los hombres entrevistados por hombres, los hombres entrevistados por mujeres, las mujeres entrevistadas por mujeres y finalmente las mujeres entrevistadas por

hombres.

Una vez realizadas las agrupaciones, el análisis frecuencial de la cantidad de palabras dichas por cada grupo (Entrevistador/a-Entrevistado/a) concuerda con el descrito cuando el análisis trabajaba con los individuos por separado. Los hombres entrevistados por hombres son los que más palabras utilizan (3096), esta cantidad se reduce sensiblemente cuando son entrevistados por mujeres (1219). Las mujeres cuando son entrevistadas por mujeres utilizan menos palabras que los hombres (1838) y reducen esta cantidad, aunque de forma menos sensible que los hombres, cuando son entrevistadas por hombres (1513):

REPARTICIÓN DE TÉRMINOS EN LOS TEXTOS

NÚMERO DEL TEXTO	IDENTIFICADOR	* NUMERO DE PALABRAS	/1000 DEL TOTAL	MEDIA POR REPUESTA	*NUMERO DE PALABRAS DISTINTAS	/1000 PALAB. DEL TEXTO	* NÚMERO DE PALA. RETENIDAS*
Entrevistador/Entrevistado		* 3096	403.9	3096.0	* 159	51.4	* 1550 *
Entrevistador/Entrevistada		* 1219	159.0	1219.0	* 128	105.0	* 674 *
Entrevistadora/Entrevistada		* 1838	239.8	1838.0	* 144	78.3	* 1056 *
Ebtrevistadora/Entrevistada		* 1513	197.4	1513.0	* 136	89.9	* 791 *
G L O B A L		* 7666	1000.0	1916.5	*		* 4071 *

El análisis de correspondencias simples se ha aplicado a una tabla de contingencia donde en las columnas se sitúan los cuatro diferentes grupos de entrevistas y en las filas las palabras seleccionadas para el análisis, que son las mismas y con el mismo umbral de frecuencia que en el análisis anterior. La solución factorial del análisis de correspondencias simple aplicado a los cuatro grupos de entrevista sobre la educación nos proporciona los siguientes valores propios y los porcentajes de varianza explicada por cada factor:

NUMERO	VALOR PROPIO	PORCENTA. ACUMULADO	PORCENTA. ACUMULADO
1	.1286	41.92	41.92
2	.0952	31.02	72.94
3	.0831	27.06	100.00

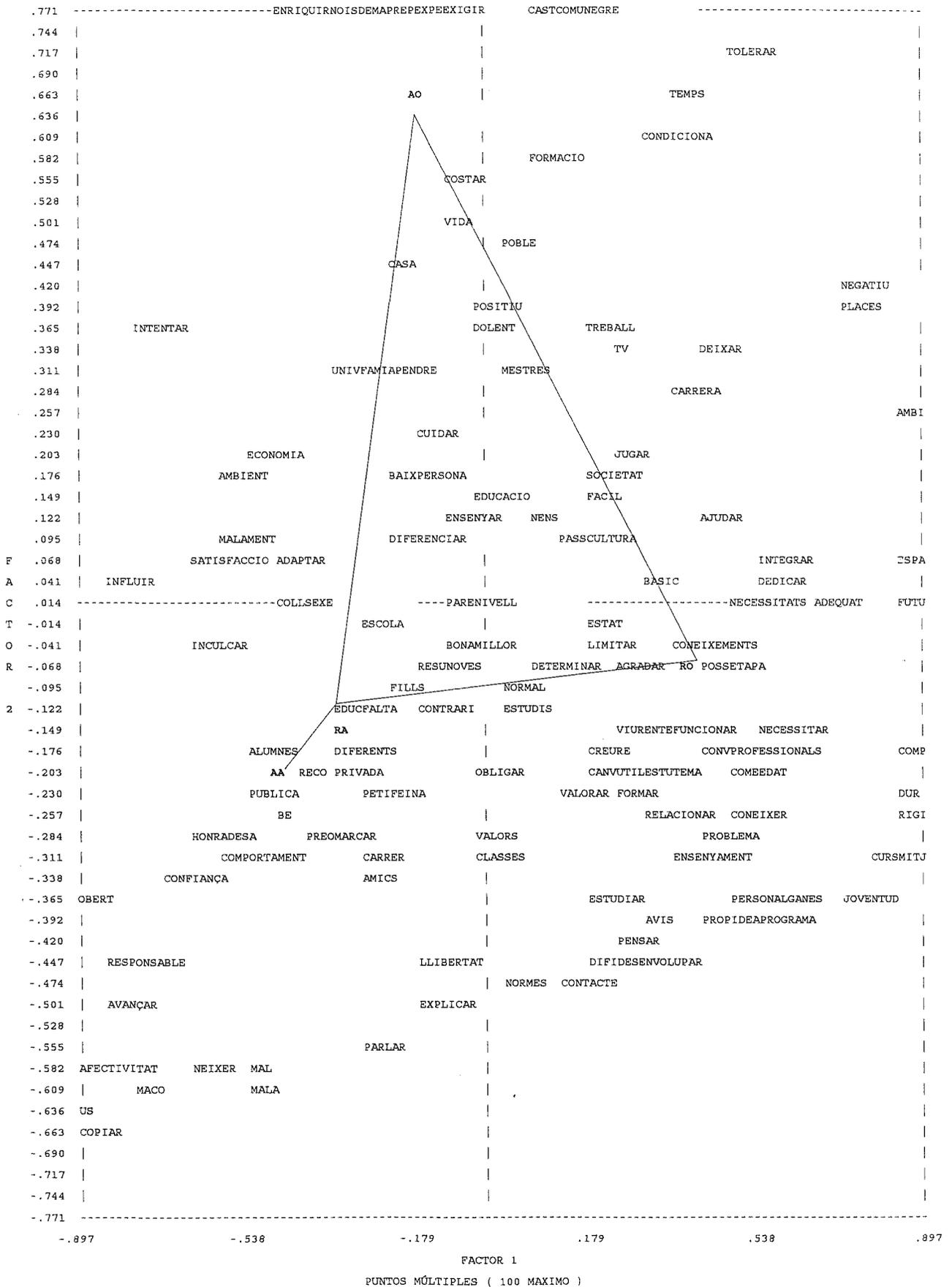
Los dos primeros factores de los tres que nos proporciona el análisis de correspondencias explican el 72.94% de la varianza total. Seleccionando estos dos factores, presentamos a continuación las palabras que presentan una mayor contribución en cada uno de ellos:

FACTOR 1		FACTOR 2	
Influir	3.6	Nois	4.2
Ambient	3	Exigir	4.1
Motivar	3	Escoltar	3.7
Competitivitat	2.4	Demandar	3.1
Bé	2.1	Vida	3.1
Dur	2	Impartir	2.9
Futur	2	Formació	2.6
Joventud	2	Apendre	2.5
Laboral	2	Càstigs	2.4
Responsable	2	Casa	2.2
Sistema	2	Parlar	2.2
		Preparar	2.2
		Família	2
		Mestres	2

El primer factor tiene un valor propio de 0.1206 y explica el 41.92% de la varianza total. Este primer factor parece responder a una idea general de la educación en cuanto a sus objetivos, una idea de educación como elemento que influye en la persona y que está relacionada con el ambiente en el que la persona se mueve. En el polo positivo del factor podemos localizar el resto de palabras, que incluyen básicamente los objetivos a conseguir mediante la educación. La educación tiene que motivar y preparar a la juventud para el futuro, para el mundo laboral, para la competitividad, en definitiva para integrarse dentro del sistema.

El segundo factor que tiene un valor propio de 0.0952 y explica el 31.02% de la varianza total, incluye responsables concretos de la educación, como son la familia y los maestros. Este segundo factor sitúa una sola palabra en el polo negativo, la palabra «hablar», frente al resto de palabras, situadas en el polo positivo, que engloban tanto una concepción de la educación como formación de la persona, como el objetivo de preparar

a los jóvenes para la vida. En esta concepción de la educación entran elementos típicos como el castigo y el exigir, junto al escuchar y el pedir. En definitiva, la concepción de educación no es sólo una rigidez y una inflexibilidad, sino que dentro de lo que significa el proceso formativo también tiene cabida la comprensión y una interacción más flexible.



**PUNTOS MÚLTIPLES ( 100 MAXIMO )**

PUNTO VISTO	ABSCISA APROXIMADA	ORDENADA APROXIMADA	PUNTO OCULTO	ABSCISA APROXIMADA	ORDENADA APROXIMADA
*CASTIGS	.12	.74	*COMPLEME	.12	.74
*DEMANAR	-.24	.74	*ESCOLTAR	-.24	.74
*COMUNICA	.18	.74	*IMPARTIR	.18	.74
*NEGRE	.24	.74	*TASCA	.24	.74
*AJUDAR	.48	.09	*ESCOLAR	.48	.09
*ESPABILA	.90	.04	*MEMORIA	.90	.04
*BASIC	.36	.01	*INTERESS	.36	.01
*DEDICAR	.60	.01	*LLEIS	.60	.01
*FUTUR	.90	-.01	*LABORAL	.90	-.01
*ADEQUAT	.72	-.01	*NOTES	.72	-.01
*NIVELL	.00	-.01	*+--+	.00	-.01
*ESTAT	.24	-.04	*SORT	.24	-.04
*LIMITAR	.24	-.07	*LLIBRES	.24	-.07
*LIMITAR	.24	-.07	*SABER	.24	-.07
*FALTA	-.24	-.15	*RESPECTE	-.24	-.15
*EDUCAR	-.30	-.15	*SOCIAL	-.30	-.15
*COMPETIT	.90	-.20	*MOTIVAR	.90	-.20
*DIFERENT	-.30	-.20	* 212	-.30	-.20
*RIGID	.90	-.28	*SISTEMA	.90	-.28
*PENSAR	.30	-.45	*RESPONSA	.30	-.45
*MACC	-.72	-.64	*TANCAR	-.72	-.64
*COPIAR	-.84	-.69	*INDIVIDU	-.84	-.69

La situación de los grupos de entrevistas en la gráfica nos muestra que cuando las entrevistas han sido realizadas por entrevistadoras, hombres y mujeres dicen lo mismo y hablan de los mismo en relación a la educación, hablan de «honradez», «comportamiento», «hijos», «calle», etc. Los grupos que se sitúan más próximos al polo negativo del primer factor son los grupos que presentan un discurso más general sobre la educación sin entrar en elementos concretos. Cuando los hombres son entrevistados por hombres, su discurso se centra en los objetivos de la educación como preparación de la juventud para el mundo laboral, para la competitividad, para el futuro, etc. Cuando las mujeres son entrevistadas por hombres cambian su discurso general por un discurso sobre la educación como un proceso formativo exigente pero comprensivo, en el que entran en escena la familia, los maestros, la casa, etc. Vemos por tanto que hombres y mujeres dicen cosas diferentes cuando son entrevistados por hombres o por mujeres.

Las mujeres entrevistadas por mujeres generan un discurso general, amplio y sin entrar en detalles de objetivos o de dinámicas educativas o formativas. Los hombres

entrevistados por hombres generan un discurso sobre la educación con el objetivo de preparación laboral e integración en el sistema. El discurso de las mujeres atrae a los hombres cuando estos son entrevistados por mujeres, y el discurso de las mujeres deja de ser general y se centra en dinámicas formativas y protagonistas concretos cuando son entrevistadas por hombres.

### 3.3.2.1.3 CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS

En la selección de los textos característicos de cada grupo, se ven con claridad los discursos de los hombres y de las mujeres y cómo cambian éstos cuando cambian los entrevistadores/as.

Las siguientes tablas de datos nos muestran para cada grupo de entrevistas sus palabras más características, la comparación de estas palabras del grupo en relación al global, el valor "t" de la comparación y el nivel de significación de cada valor "t". Estos datos se proporcionan para las cinco palabras más características dichas por cada grupo (parte superior de las tablas) y para las cinco palabras más características no dichas o dichas con menor frecuencia en cada grupo (parte inferior de las tablas).

Entrevistador - Entrevistado

ETIQUETA DE LA FORMA GRÁFICA	---PORCENTAJE---		FRECUENCIA		V. TEST	PROBA.
	INTERNEO	GLOBAL	INTERNA	GLOBAL		
1 MOTIVAR	.65	.25	10.	10.	3.835	.000
2 COMPETITIVITAT	.52	.20	8.	8.	3.328	.000
3 JOVENTUD	.90	.44	14.	18.	3.195	.001
4 SISTEMA	.58	.25	9.	10.	3.064	.001
5 DUR	.58	.25	9.	10.	3.064	.001
5 RESPONSABLE	.06	.44	1.	18.	-2.859	.002
4 ESCOLA	2.52	3.61	39.	147.	-2.910	.002
3 FAMILLIA	1.35	2.24	21.	91.	-2.958	.002
2 AMBIENT	.45	1.42	7.	58.	-4.277	.000
1 INFLUIR	.00	.74	0.	30.	-4.879	.000

Cuando los hombres son entrevistados por hombres, su discurso más característico se centra en la motivación, en la competitividad, en la juventud, en el sistema y en la característica de dureza. Es un discurso centrado en objetivos a conseguir a través de la educación o en su finalidad. La frecuencia de este conjunto de palabras es significativamente más alta en este grupo que en los demás.

## Entrevistadora - Entrevistado

ETIQUETA DE LA FORMA GRÁFICA	---PORCENTAJE ---		FRECUENCIA		V. TEST	PROBA.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNO	GLOBAL		
1 RESPONSABLE	1.63	.44	11.	18.	4.060	.000
2 PARES	7.42	4.32	50.	176.	3.952	.000
3 OBERT	1.19	.27	8.	11.	3.862	.000
4 LLIBERTAT	1.04	.27	7.	11.	3.243	.001
5 AFECTIVITAT	.74	.15	5.	6.	3.222	.001
5 JOVENTUD	.00	.44	0.	18.	-1.772	.038
4 CULTURA	.45	1.18	3.	48.	-1.863	.031
3 PASSAR	.15	.79	1.	32.	-2.013	.022
2 APENDRE	1.34	2.51	9.	102.	-2.104	.018
1 SABER	.59	1.84	4.	75.	-2.746	.003

Cuando los hombres son entrevistados por mujeres, su discurso se transforma en un discurso más general, en el que se habla de «responsable», de «padres», de «abierto», de «libertad» y de «afectividad». Serían las características más deseables o idílicas atribuibles a la educación. Se deja de hablar de fines prácticos para pasar a hablar de características deseables en la educación. El conjunto de palabras de este grupo presenta unas frecuencias significativamente más altas que en el resto de grupos.

Entrevistadora - Entrevistada

ETIQUETA DE LA FORMA GRÁFICA	---PORCENTAJE---		FRECUENCIA		V. TEST	PROBA.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNO	GLOBAL		
1 BE	3.22	1.52	34.	62.	4.745	.000
2 AVANÇAR	1.14	.34	12.	14.	4.431	.000
3 COMPORTAMENT	1.52	.64	16.	26.	3.650	.000
4 COPIAR	.57	.15	6.	6.	3.430	.000
5 EDUCAR	3.03	1.87	32.	76.	2.982	.001
5 TREBALL	.19	.79	2.	32.	-2.591	.005
4 BASIC	.00	.44	0.	18.	-2.617	.004
3 MESTRES	1.33	2.38	14.	97.	-2.624	.004
2 RELACIONAR	.28	.96	3.	39.	-2.656	.004
1 FORMACIO	.09	.81	1.	33.	-3.238	.001

Las mujeres entrevistadas por mujeres producen un discurso general y con poco contenido concreto, se habla de conceptos típicamente relacionados con la educación, como el comportamiento o el educar, junto con las palabras bien, avanzar y copiar. El conjunto de palabras características de este grupo presenta una frecuencias significativamente más altas que en el resto de grupos.

Entrevistador - Entrevistada

ETIQUETA DE LA FORMA GRÁFICA	---PORCENTAJE---		FRECUENCIA		V. TEST	PROBA.
	INTERNO	GLOBAL	INTERNO	GLOBAL		
1 NOIS	1.14	.34	9.	14.	3.436	.000
2 APENDRE	4.30	2.51	34.	102.	3.265	.001
3 VIDA	2.40	1.20	19.	49.	3.023	.001
4 ESCOLTAR	.63	.15	5.	6.	2.993	.001
5 EXIGIR	.63	.15	5.	6.	2.993	.001
5 ESTUDIAR	.13	.79	1.	32.	-2.387	.008
4 AMICS	.51	1.40	4.	57.	-2.411	.008
3 RESPONSABILITAT	.00	.64	0.	26.	-2.691	.004
2 PARLAR	.00	.66	0.	27.	-2.762	.003
1 PENSAR	.00	.71	0.	29.	-2.902	.002

El discurso poco concreto de las mujeres entrevistadas por mujeres se transforma cuando son entrevistadas por hombres en un discurso referido a las características del proceso de aprendizaje como el exigir y el escuchar. Se trata de un proceso dirigido básicamente a los jóvenes y en relación a la vida. No hablan de objetivos de integración en el sistema ni de preparación para la competitividad, características del discurso de los hombres entrevistados por hombres, sino de un discurso digamos etéreo, se pasa a un discurso que hace hincapié en la necesidad de que la educación con su comprensión y exigencia prepare a los jóvenes para la vida.

### 3.3.2.2. RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

El cuestionario sobre educación constaba de un total de 40 preguntas sin contar las censales. Con el fin de reducir el análisis de las diferencias de las 40 preguntas en función de las condiciones de administración y sexo del entrevistador, y a fin de ganar en coherencia y globalidad en relación al análisis de las respuestas al cuestionario, aplicamos una serie de análisis factoriales para cada conjunto de preguntas en que fuera pertinente realizar una agrupación bajo el mismo análisis. Se han aplicado dos tipos de análisis factorial. Para las variables cuantitativas se han aplicado análisis factoriales de componentes principales, cuya solución factorial implica la independencia de los factores o componentes calculados. Para las variables categoriales y abiertas se han aplicado análisis factoriales de componentes principales no lineales (análisis PRINCALS del módulo CATEGORIES del SPSS/PC).

Al igual que hemos hecho para el análisis de resultados de la investigación sobre el cuerpo, el sistema de presentación será ofrecer, para cada bloque de contenidos, el resultado de la solución factorial. A continuación, si las hubiera, se explicitarán las diferencias significativas en función de las variables manipuladas forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a. Finalmente, también en caso de obtenerse, se expondrán los efectos de interacción de estas variables con la de sexo del/de la entrevistado/a. Es cierto que las diferencias podría considerarse a través de un sólo análisis que incluyera las tres variables que consideraremos, sin embargo, hemos preferido respetar el diseño de la investigación en primer lugar y, posteriormente, analizar los efectos adicionales en relación al sexo del/de la entrevistado/a

Previamente a la consideración de cualquier otro análisis de resultados efectuamos los análisis pertinentes a fin de despejar las dudas acerca del posible efecto producido por la existencia de cuatro encuestadores diferentes (dos hombres y dos mujeres). Realizamos en primer lugar un análisis de la varianza simple con un sólo factor de variación (el encuestador), no encontrando efectos sistemáticos significativos. En segundo lugar comparamos mediante comparaciones de medias las posibles diferencias entre los encuestadores del mismo género, desapareciendo casi totalmente los escasos efectos encontrados en la diferenciación general de los cuatro encuestadores. Finalmente, comparamos los efectos de los cuatro entrevistadores para cada forma de administración por separado (cuestionario entrevistado y autoadministrado), e, igualmente, los efectos se reducían hasta la práctica desaparición. Así pues, podemos establecer que los efectos que describiremos a continuación no están afectados por las diferencias de utilización de varios encuestadores.

### 3.3.2.2.1 LA CONCEPCIÓN DE LA EDUCACIÓN

En el primer bloque de preguntas del cuestionario se preguntó a las personas de la muestra hasta que punto creían que la educación nos permite entender nuestro entorno, representa un límite a la capacidad de la persona, se refiere a nuestros valores éticos y morales, es aprender a respetar a los demás, es enseñar a nuestros hijos y es lo que la vida te enseña. Para cada uno de estos enunciados se presentaba una escala numérica de 1 a 7, donde el 1 significaba poco y el 7 mucho. El análisis factorial aplicado a estas variables nos proporciona dos factores con valores propios superiores a uno, explicando entre ambos el 56.2% de la varianza total. La matriz factorial rotada por el método Varimax nos proporciona la contribución de cada variable en cada factor. En cada matriz factorial aparecen las contribuciones superiores a 0.30 a fin de facilitar la lectura de la matriz:

	FACTOR 1	FACTOR 2
RESPETAR	.75795	
ENSEÑAR	.74771	
ENTORNO	.73105	
VALORES	.52427	.50248
LIMITE		.72351
VIDA		.71634

El primer factor está compuesto por las variables que se refieren a la educación como un aprendizaje al respeto a los demás, enseñar a nuestros hijos, entender nuestro entorno y como referencia a nuestros valores éticos y morales. Es un factor que recoge la idea de la educación como un medio con el que aprendemos a convivir en nuestro entorno y con los demás, un medio que especifica reglas y valores de convivencia. El segundo factor está compuesto por las variables que se refieren a la educación como un límite a la capacidad de la persona y a lo que te enseña la vida, recogiendo los enunciados que se refieren a la experiencia personal y a lo que representa la educación para la persona. El análisis de la varianza múltiple, con las variables forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a como variables independientes y los dos factores como variables dependientes no nos proporciona ningún efecto significativo. La concepción de la educación de las personas de la muestra no se ve afectada por la forma de administración del cuestionario ni por quien lo haya administrado.

A continuación podemos observar las medias de los factores de concepción de la educación para cada condición factorial.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
La educación como reglas y valores	.15	.06	.26	-.17
La educación como límite	-.23	.36	-.04	-.09

### 3.3.2.2.2 LO QUE DEBERÍA TENER LA EDUCACIÓN ACTUAL

Otro grupo de variables del cuestionario preguntaba en qué medida la educación actualmente debería tener más o menos rigidez, contenidos religiosos, escuelas con poca gente de otras etnias, utilidad para encontrar trabajo, buenos profesores, reglas morales y buenas escuelas. Para cada uno de los aspectos se presentaba una escala numérica de 1 a 7, donde el 1 significaba menos en relación al aspecto planteado y el 7 significaba más. De los siete aspectos utilizados en este grupo de preguntas se prescindió del que hace referencia a escuelas con poca gente de otras etnias, porque su enunciado se prestaba a confusión en relación al tipo de respuesta, ya que las personas no tenían claro qué tenían que responder, en el caso de opinar, por ejemplo, que podría haber más gente de otras etnias en las escuelas.

El análisis factorial aplicado a este conjunto de preguntas nos proporciona dos factores con valores propios superiores a uno, explicando conjuntamente el 52.9% de la varianza total.

	FACTOR 1	FACTOR 2
BUENOS PROFESORES	.79370	
BUENAS ESCUELAS	.78084	
UTIL. ENC. TRABAJO	.58986	
CONENIDOS RELIGIOSOS		.70774
RIGIDEZ		.68008
REGLAS MORALES	.37406	.60171

El primer factor está compuesto por las variables que se refieren a buenos profesores, buenas escuelas y utilidad para encontrar trabajo. Es un factor que recoge los medios y utilidad fundamentales en relación a la educación. El segundo factor está compuesto por las variables que se refieren a los contenidos religiosos, a la rigidez y a las

reglas morales, recogiendo los valores o aspectos más formales y de contenido en relación a la educación. La aplicación del análisis de la varianza sobre estos factores con las variables forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a sobre los dos factores nos muestra un efecto multivariado de la variable forma de administración, con una  $F_{(2, 73)} = 7.28$ ,  $P < 0.001$ . La variable forma de administración presenta igualmente un efecto diferencial significativo sobre el primer factor de medios y utilidad de la educación, con una  $F_{(1, 74)} = 10.9$ ,  $P < 0.001$ . Cuando el cuestionario es entrevistado ( $\bar{x} = 0.34$ ), las personas de la muestra opinan que la educación actualmente necesita más medios y utilidades. Por contra, cuando el cuestionario es autoadministrado ( $\bar{x} = -0.37$ ), las personas opinan que la educación ya tiene suficientes medios y utilidades o bien que no necesita tantos. El resto de los efectos no han resultado significativos.

A continuación se muestra las medias factoriales para condición.

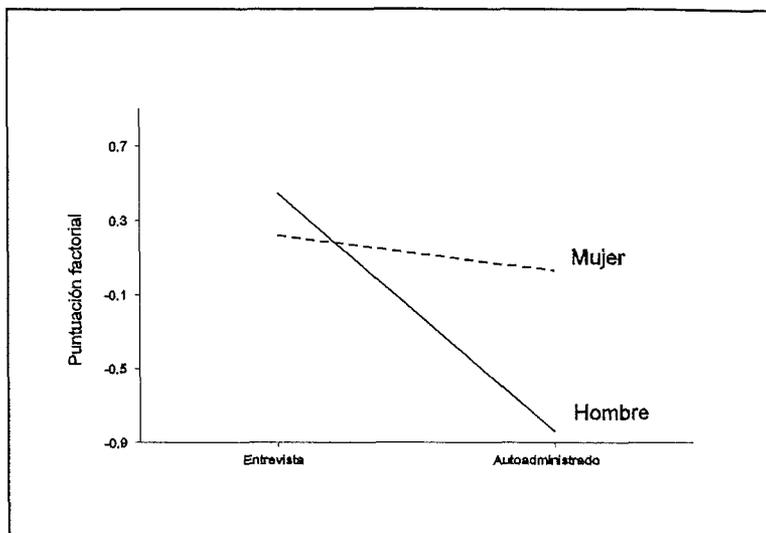
Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Medios y utilidad	.42	-.57	.25	-.16
Valores y contenido formal	.13	-.53	.2	.14

Igualmente, se ha analizado la incidencia de la variable sexo del/de la entrevistado/a con el fin de tener en cuenta su interacción con las dos variables independientes manipuladas. Los resultados de este análisis nos muestran un efecto significativo de interacción multivariado de

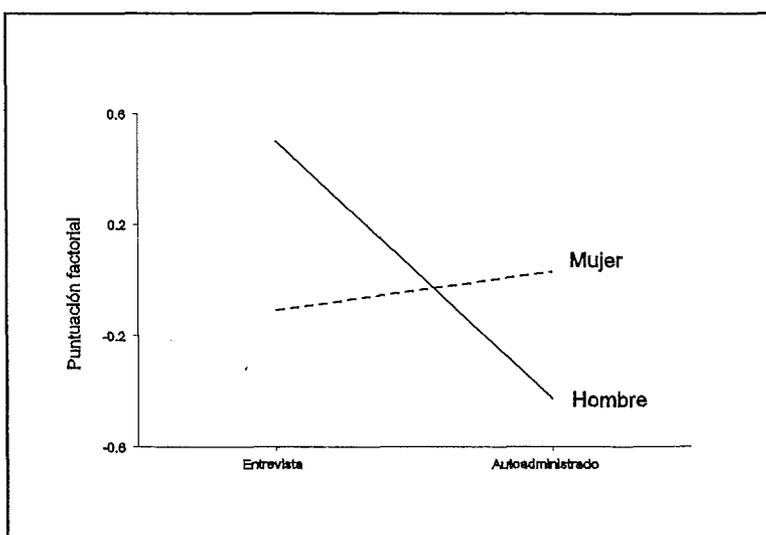
las variables sexo del/de la entrevistado/ay forma de administración del cuestionario ( $F_{(2, 69)} = 8.22$ ,  $P < .001$ ). Estas dos variables muestran también un efecto significativo de interacción sobre el factor de valoración de los medios y utilidad que debiera tener la educación ( $F_{(1,70)} = 7.53$ ,  $P < .008$ ). Los hombres muestran una opinión más desfavorable

cuando son preguntados a través de un cuestionario autoadministrado que cuando son preguntados de forma entrevistada. Las mujeres también presentan esta diferencia, aunque en mucha menor intensidad.

La interacción de las variables sexo del/de la entrevistado/a y forma de administración también resulta significativa en el factor de los valores que debiera tener la escuela ( $F_{(1,70)} = 6.26$ ,  $P < .015$ ). Los hombres presentan una opinión más desfavorable cuando son preguntados a través de un cuestionario autoadministrado que cuando las preguntas se realizan de forma entrevistada. Las mujeres presentan un efecto



Medias factoriales de cada condición para el factor de valoración de los medios y utilidad que debiera tener la educación



Medias factoriales de cada condición para el factor de valoración de los valores que debiera tener la educación

contrario, manifestando una opinión más desfavorable en el cuestionario autoadministrado que en forma entrevistada.

### 3.3.2.2.3 LO NECESARIO PARA «UNA BUENA EDUCACIÓN»

En el cuestionario se preguntó también hasta que punto es necesario, para que se pueda hablar de una buena educación, una buena relación familiar, unos buenos maestros, más medios en las escuelas, una buena situación económica y que la persona sea inteligente. para cada una de estas necesidades se presentó una escala numérica de 1 a 7, donde el 1 significaba poco necesario y el 7 significaba muy necesario. El análisis factorial aplicado a estas variables nos ha proporcionado dos factores con valores propios superiores a uno, explicando entre ambos el 63.6% de la varianza total.

	FACTOR 1	FACTOR 2
MEDIOS EN ESCUELAS	.77885	
BUENOS MAESTROS	.76154	
BUENA RELAC. FAMILIAR	.67740	
INTELIGENCIA PERSONAL		.86783
BUENA SITUAC. ECONÓMICA		.84273

El primer factor está compuesto por las necesidades de más medios en las escuelas, de buenos maestros y de buenas relaciones familiares, siendo un factor que recoge las necesidades de medios institucionales y externos a la persona, escuela, familia y profesionales. El segundo factor está compuesto por las necesidades de la inteligencia de la persona y de una buena situación económica, aludiendo a medios individuales, internos y estables.

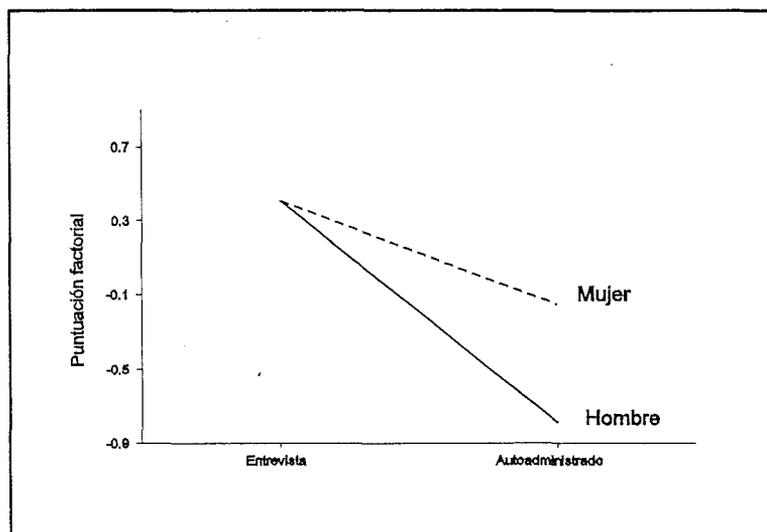
El análisis de la varianza aplicado a estos dos factores, con las variables de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a, nos muestra un efecto multivariado significativo de la variable sexo del/de la entrevistador/a, con una  $F_{(2, 73)} = 4.15$ ,  $P \leq .02$ . La misma variable independiente produce un efecto diferencial significativo sobre el primer factor de necesidades institucionales, con una  $F_{(1, 74)} = 5.99$ ,  $P \leq .017$ . Cuando el cuestionario es administrado por un entrevistador ( $\bar{x} = -0.26$ ), las personas de la muestra se muestran menos partidarias de estas necesidades institucionales que cuando el

cuestionario es administrado por una entrevistadora ( $\bar{x} = 0.22$ ). La variable forma de administración produce también un efecto multivariado significativo sobre los dos factores, con una  $F_{(2, 73)} = 8.97, P < 0.001$ , e igualmente produce un efecto diferencial significativo sobre el factor de necesidades institucionales, con una  $F_{(1, 74)} = 18.06, P < 0.000$ . Cuando el cuestionario es entrevistado ( $\bar{x} = 0.41$ ), las personas de la muestra se muestran más partidarias de las necesidades institucionales para hablar de una buena educación que cuando el cuestionario es autoadministrado ( $\bar{x} = -0.45$ ). El resto de efectos no han resultado significativos.

La siguiente tabla nos muestra las medias factoriales para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Necesidades de medios institucionales	.28	-.81	.53	-.08
Necesidades de medios individuales	-.23	-.12	.13	.21

El análisis de la interacción de las variables sexo del/de la entrevistado/a, forma de administración y sexo del/de la entrevistador/anos muestra una interacción multivariada significativa de las variables sexo de/de la entrevistado/a y forma de administración  $F_{(2,69)} = 5.01, P < .009$ . La interacción de estas dos variables sobre el factor de valoración de los medios individuales, internos y estables resulta igualmente significativo ( $F_{(1,70)} = 6.88, P < .01$ ). Los hombres y las mujeres no presentan diferencias de opinión



Medias factoriales de cada condición para el factor de valoración de los medios individuales, internos y estables necesarios para «una buena educación»

respecto a este factor cuando son preguntados de forma entrevistada. por contra, cuando las preguntas se realizan a través de cuestionario autoadministrado, los hombres manifiestan una opinión significativamente más negativa que las mujeres.

### 3.3.2.2.4 LA EDUCACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA

En el cuestionario se preguntó también acerca de cómo se percibe la adquisición de la educación a lo largo de la vida de las personas, con el siguiente enunciado: «Pensando en toda la educación que una persona adquiere a lo largo de su vida, cuánta de esta educación cree que se adquiere en cada uno de estos momentos, en la infancia, en la adolescencia, en la juventud, en la madurez y en la vejez». Para cada una de las etapas se presentaba una escala numérica de 0 a 10, donde el 0 significaba poca y el 10 mucha. El análisis factorial aplicado a estas variables nos ha proporcionado dos factores con valores propios superiores a uno, explicando conjuntamente el 80.5% de la varianza total.

	FACTOR 1	FACTOR 2
MADUREZ	.93165	
VEJEZ	.89611	
ADOLESCENCIA		.91963
INFANCIA		.80764
JUVENTUD	.53333	.68713

El primer factor se refiere a la etapa adulta, incluyendo la madurez y la vejez en las variables con una mayor contribución. El segundo factor se refiere a la etapa de infancia y juventud, incluyendo la adolescencia. El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a, no nos muestra ningún efecto significativo.

A continuación podemos ver las medias de cada factor para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Etapa adulta	.01	-.22	-.08	.27
Etapas de infancia y juventud	-.32	.41	-.02	-.03

El análisis de la interacción de las dos variables manipuladas con la variable sexo del/de la entrevistado/a muestra una interacción significativa de las tres variables sobre el factor de la etapa adulta ( $F(1,70) = 5.02, P < .028$ ).

### 3.3.2.2.5 EN QUÉ CONSISTE UNA BUENA EDUCACIÓN

En otra pregunta del cuestionario se preguntó hasta qué punto se creía que una buena educación consistía en enseñar reglas de urbanidad, contenidos académicos, ética y moral y finalmente en la propia experiencia. Para cada uno de los temas propuestos se presentó una escala numérica de 1 a 7, donde el 1 significaba poco y el 7 mucho. El análisis factorial aplicado a estas variables nos proporcionó un solo factor con valor propio superior a uno, con una explicación de la varianza del 41%. Por ello, se optó por analizar las diferencias para cada una de las variables por separado. Los resultados de estos análisis no mostraron ninguna diferencia significativa. Las opiniones de las personas de la muestra sobre si las reglas de urbanidad, los contenidos académicos, la ética y la moral y la propia experiencia, constituyen, o no, una buena educación no varían en función de cómo se administra el cuestionario, ni en función de quien lo administra.

A continuación se muestran las medias estandarizadas de los ítems para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Reglas de urbanidad	.07	-.09	-.19	.2
Contenidos académicos	.01	-.12	-.04	.14
Ética y moral	.32	-.26	-.04	-.04
Propia experiencia	.05	-.37	.01	.26

### 3.3.2.2.6 EL RECUERDO DE LA PROPIA EDUCACIÓN

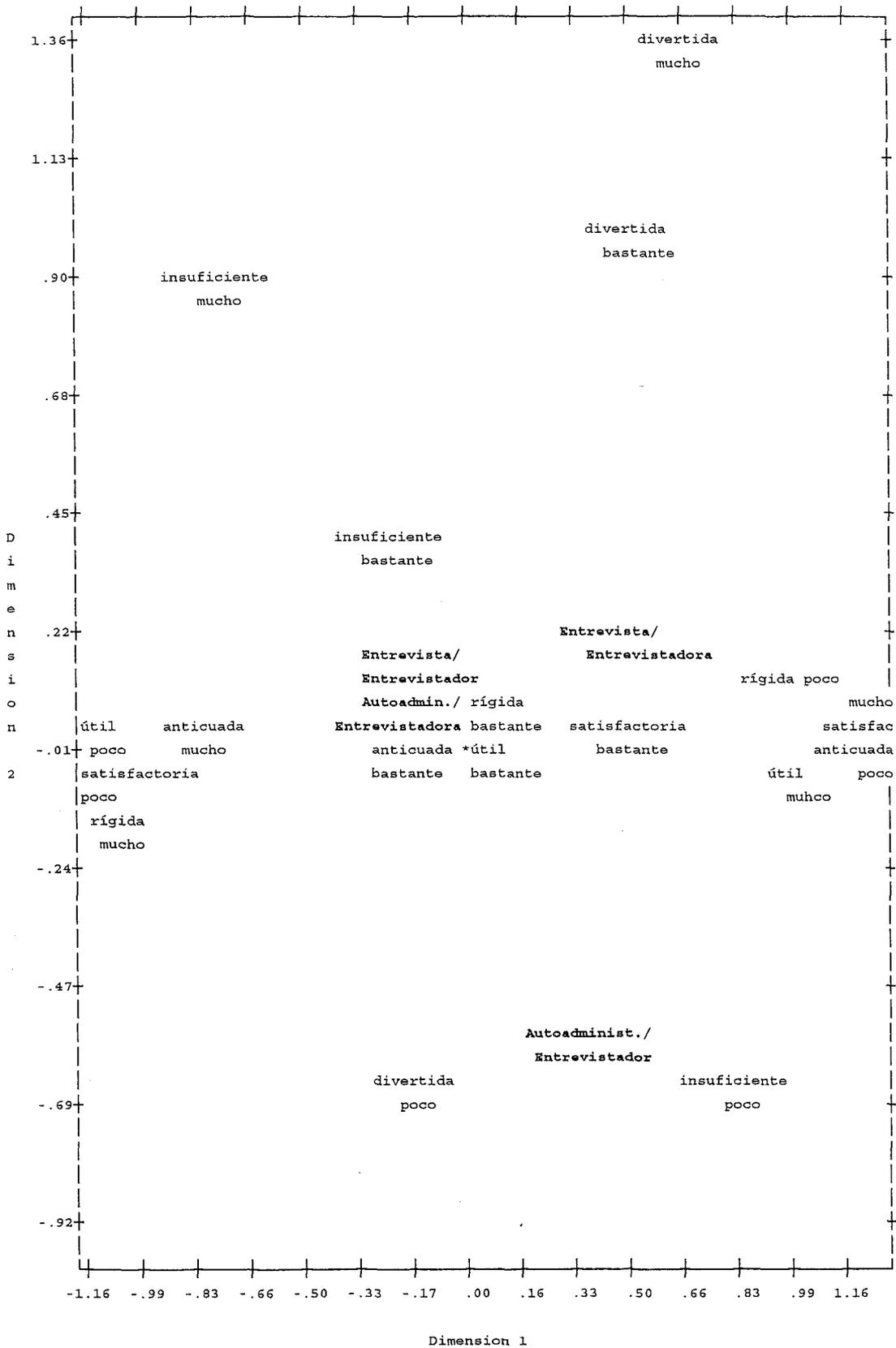
Otro conjunto de preguntas del cuestionario estaba relacionado con el recuerdo de la educación. Se preguntó cómo se recordaba la educación: rígida, satisfactoria, insuficiente, anticuada, divertida y útil, y para cada uno de los adjetivos propuestos se presentó las alternativas de poco, bastante y mucho. El análisis factorial de categorías aplicado a este conjunto de variables nos proporciona dos factores con los siguientes valores propios:

Factor	Valor propio
1	0.4508
2	0.1856

Estos valores propios se pueden considerar válidos en relación a  $1/6 = 0.16$ . Las contribuciones de las variables a cada factor, y la gráfica del cruce de los dos factores, nos permiten su interpretación y ver la situación de las variables con sus categorías:

#### CONTRIBUCIONES FACTORIALES

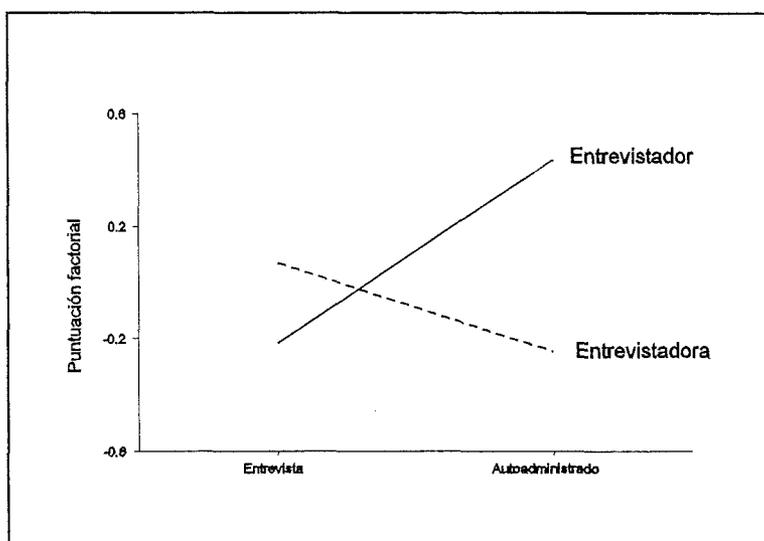
VARIABLE	DIMENSION	
	1	2
RÍGIDA	-.643	-.087
SATISFACTORIA	.839	.037
INSUFICIENTE	-.610	.602
ANTICUADA	-.766	.013
DIVERTIDA	.355	.861
ÚTIL	.710	-.022



El primer factor opone un recuerdo positivo, situando todos los adjetivos con sus valoraciones en el polo positivo del factor: bastante y muy divertida, muy satisfactoria, poco anticuada, muy útil, poco rígida, poco insatisfactoria, etc., a un recuerdo negativo situado en el polo negativo del factor: bastante y muy insuficiente, poco útil, muy anticuada, poco satisfactoria, muy rígida, etc. El segundo factor opone fundamentalmente un recuerdo de una educación divertida pero insuficiente en el polo positivo y una educación poco divertida y poco insuficiente en el polo negativo. El resto de adjetivos y valoraciones quedan situados muy próximos al eje del factor.

El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto de interacción significativo sobre el primer factor de recuerdo positivo - recuerdo negativo, con una  $F_{(1, 74)} = 4.67, P < 0.034$ .

Cuando el cuestionario es entrevistado por una entrevistadora, los recuerdos se sitúan en el polo de recuerdo positivo en relación una educación divertida pero insuficiente. Cuando el cuestionario es autoadministrado y entregado por un entrevistador, los recuerdos se sitúan en el recuerdo positivo pero en relación a una educación poco divertida y suficiente. El resto de efectos no muestran diferencias significativas.



Medias factoriales de cada condición para el factor de recuerdo de la propia educación

La siguiente tabla muestra las medias factoriales para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad-ministrado	Entrevista	Autoad-ministrado
Recuerdo positivo	-0.22	.44	.07	-.24
Divertimento	.06	-.41	.29	.01

## 3.3.2.2.7 DE QUIÉN ES RESPONSABILIDAD LA EDUCACIÓN

Otro conjunto de preguntas del cuestionario se referían a hasta que punto se cree que la responsabilidad de la educación es de la escuela, de la familia, de la sociedad y de la propia persona. Para cada uno de los elementos propuestos se ofrecían las alternativas de respuesta de poco, bastante y mucho. El análisis factorial aplicado a este conjunto de variables nos proporciona dos factores con los siguientes valores propios, considerados válidos en relación a  $1/5 = 0.2$ , y las contribuciones de las variables.

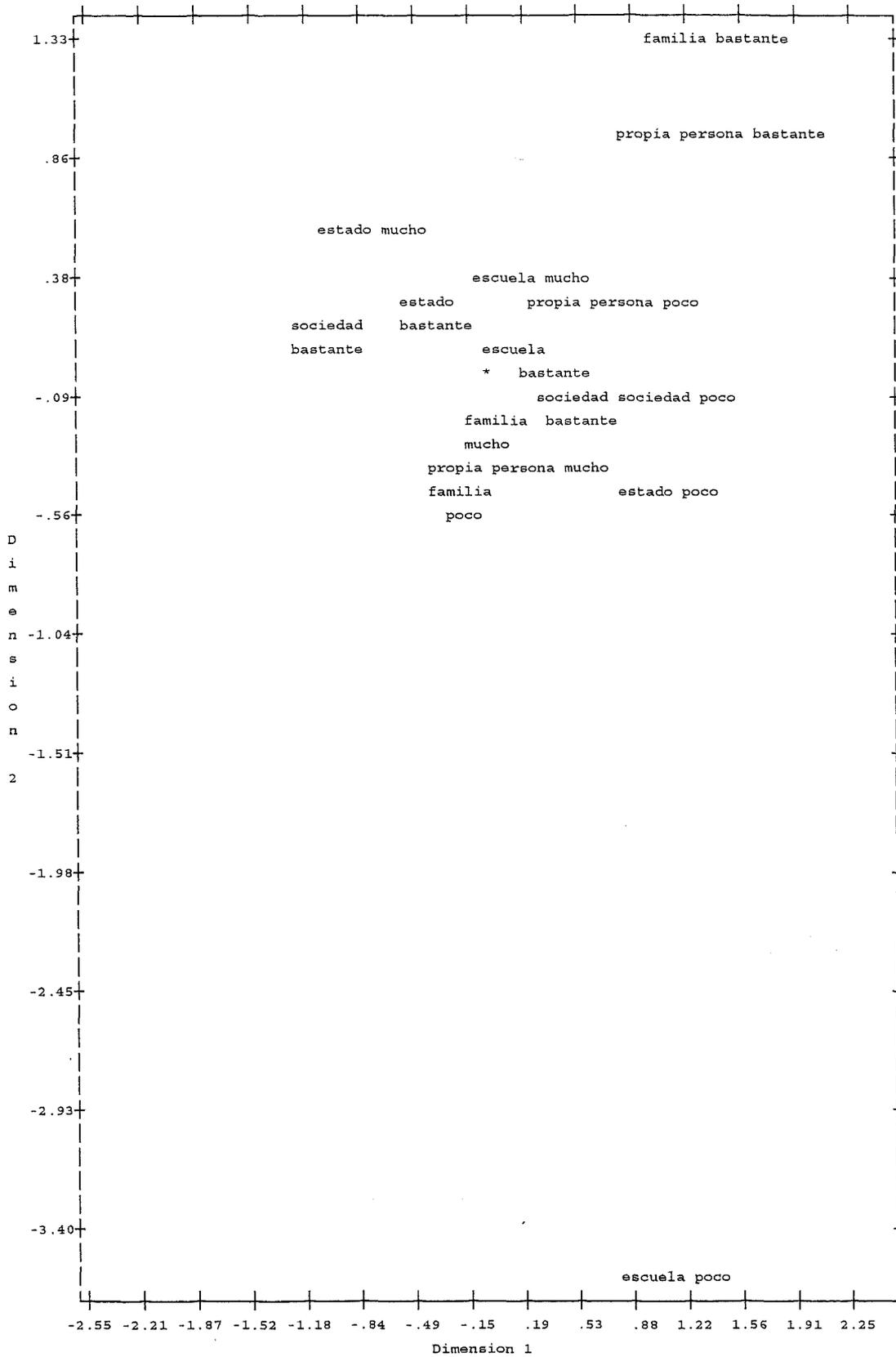
Factor	Valor propio
1	0.2934
2	0.2531

## CONTRIBUCIONES FACTORIALES

-----

VARIABLE -----	DIMENSION	
	1	2
ESCUELA	-.170	.725
FAMILIA	-.388	-.510
ESTADO	-.725	.396
SOCIEDAD	-.714	.096
PERSONA	-.502	-.560

El primer factor se refiere a la responsabilidad social e individual en su polo negativo donde se sitúan como bastante y muy responsables el estado, la sociedad y la propia persona. En el polo positivo se sitúan como responsables la familia y la propia persona. La persona se configura como responsable permanente de la propia educación y en relación a grandes entornos como el estado y la sociedad, o en relación a entornos más reducidos y próximos como la familia, sin contar con la escuela que queda situada muy próxima al eje del factor, lo que indica una relación reducida con el factor. El segundo factor sigue una dinámica parecida, aunque refleja como responsables permanentes a la propia persona y a la familia. En el polo positivo son el estado, la escuela, la familia y la propia persona los responsables de la educación; en el polo negativo el estado y la escuela se consideran poco responsables, permaneciendo la responsabilidad en la propia persona y la familia.



El análisis de la varianza aplicado a estos factores con las variables de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a nos muestra un efecto diferencial significativo de la variable sexo del/de la entrevistador/a sobre el primer factor, con una  $F_{(1, 74)} = 4.41, P < 0.039$ . Cuando el cuestionario es administrado por un entrevistador ( $\bar{x} = 0.24$ ), las opiniones de las personas de la muestra se sitúan más próximas a una atribución de responsabilidad a la propia persona y a la familia. Cuando el cuestionario es administrado por una entrevistadora ( $\bar{x} = -0.21$ ), la opinión sobre la responsabilidad de la educación se sitúa más próxima al estado, la sociedad y a la propia persona.

La variable forma de administración también produce un efecto diferencial significativo sobre el primer factor con una  $F_{(1, 74)} = 3.99, P < .05$ . Cuando el cuestionario es entrevistado ( $\bar{x} = 0.2$ ) la atribución de responsabilidad se sitúa más próxima al estado, a la sociedad y a la propia persona que cuando el cuestionario es autoadministrado ( $\bar{x} = 0.23$ ) que se sitúa más próxima a la atribución de responsabilidad a la familia y a la propia persona. El resto de efectos no presentan diferencias significativas.

A continuación podemos observar las medias factoriales para cada condición.

Factor	Entrevistador		Entrevistadora	
	Entrevista	Autoad- ministrado	Entrevista	Autoad- ministrado
Responsabilidad familiar e individual	-0.17	.66	-0.23	-0.19
Responsabilidad del Estado y de la escuela	.15	-0.02	-0.18	.05

### 3.3.2.2.8 UTILIDAD DE LA EDUCACIÓN Y ELECCIÓN DE ESCUELA

En el cuestionario se efectuaron dos preguntas aisladas, una con el siguiente enunciado: Lo que usted ha aprendido en su educación, piensa que le ha servido sobre todo para, y a continuación se presentaban las alternativas de: relacionarse con la gente, encontrar trabajo, educar mejor a sus hijos, tener más cultura, no mucha cosa. De las alternativas anteriores, las personas de la muestra tenían que escoger solamente una. La segunda pregunta se refería a qué tipo de escuela cree que puede proporcionar mejor educación, habiendo de escoger entre escuela pública, escuela privada religiosa y escuela

privada laica. Estas variables se han analizado por separado con una prueba de independencia para variables cualitativas ( prueba de  $\chi^2$  ) en relación a las variables de forma de administración y sexo del/de la entrevistador/a.

Los resultados de las pruebas nos muestran que para la primera pregunta relacionada con la utilidad de la propia educación no existe ninguna relación entre las respuestas a estas pregunta y las variables de forma de administración y sexo del/ de la entrevistador/a. Para la segunda pregunta sobre qué tipo de escuela proporciona mejor educación, la variable forma de entrevista no presenta diferencias significativas. Por contra, la variable sexo del/de la entrevistador/a sí presenta diferencias, con un valor de  $\chi^2_{(2)} = 8.56$ ,  $P < 0.013$ . La distribución de las proporciones ha sido:

	Entrevistador	Entrevistadora
Escuela pública	19 50%	9 22.5%
Escuela privada religiosa	4 10.5%	13 32.5%
Escuela privada laica	15 39.5%	18 45%

Cuando es un entrevistador el que administra el cuestionario, ya sea de forma entrevistada ya sea autoadministrado, las personas de la muestra tienden a escoger la respuesta de la escuela pública como la alternativa que proporciona mejor educación. Cuando quien administra el cuestionario es una entrevistadora, las personas de la muestra tiende a contestar en mayor porcentaje la escuela privada laica (45%) y privada religiosa en menor porcentaje (32.5%).

### 3.3.3 ELEMENTOS DE CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA EDUCACIÓN

Los resultados del análisis de correspondencias simple de las quince entrevistas sobre educación nos ha permitido establecer diversos núcleos discursivos sobre este tema. La situación de las entrevistas en relación a estos núcleos discursivos no nos ha proporcionado indicios de que las diferentes interacciones de las entrevistas condicionen de forma sistemática el contenido discursivo elaborado en cada una de ellas. La distribución de las entrevistas en las diversas gráficas de cruce de los factores no nos ha permitido establecer ninguna división, ni ninguna agrupación que guarde relación con el tipo de entrevista realizado. Cuando el análisis se ha aplicado a los cuatro diferentes grupos de entrevistas se ha observado que hombres y mujeres dicen cosas diferentes cuando son entrevistados por hombres o por mujeres.

En líneas generales, podemos decir que hombres y mujeres elaboran un discurso diferente sobre la educación. Si se cambia el interlocutor de la entrevista las mujeres concretizan su discurso y los hombres asimilan su discurso al de las mujeres. Parece haber una adecuación del propio discurso al discurso reconocido del/de la interlocutor/a. El análisis de la caracterización de los grupos de entrevistas nos ha permitido detectar de forma significativa estos cambios de discurso.

Los análisis aplicados a los datos de los cuestionarios nos han permitido reducir las cuarenta variables iniciales a doce factores. Las dos variables manipuladas en la investigación, forma de administración de los cuestionarios y sexo del/de la entrevistador/a, presentan un solo efecto de interacción significativo, el resto de efectos son efectos simples y multivariados. En relación a los bloques de contenido de los cuestionarios, se ha producido un efecto multivariado de la variable forma de administración sobre lo que se opina que debería tener la educación actual. En el apartado de lo que se considera necesario para una "buena educación", se produce un efecto multivariado y un efecto simple de la variable sexo del/de la entrevistador/a y un efecto multivariado y un efecto simple de la variable forma de administración. La interacción significativa de las dos variables manipuladas se produce en el recuerdo de la propia educación. La forma autoadministrada del cuestionario permite una mayor diferencia de lo que se afirma recordar de la propia educación en función de quien ha entregado el cuestionario.

La forma de administración del cuestionario y el sexo del/de la entrevistador/a presentan un efecto simple en el tema de la responsabilidad de la educación, y finalmente, en una de las variables aisladas del cuestionario referente a qué tipo de escuela proporciona

mejor educación, el sexo del/de la entrevistador/a presenta diferencias. Cuando la pregunta es realizada por un entrevistador las respuestas se sitúan más en la escuela pública y cuando la pregunta es realizada por una entrevistadora, las respuestas se sitúan en la escuela privada.

La variable sexo del/de la entrevistado/a ha presentado diversas interacciones significativas, básicamente con la variable forma de administración del cuestionario, en los bloques temáticos de lo que debería tener la educación actual, en lo que es necesario para una "buena educación" y en la educación a lo largo de la vida.

IV

CONCLUSIONES

## 4 CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo hemos venido manteniendo que el método de encuesta es un método de investigación de naturaleza lingüística, y que algunas de las líneas de investigación elaboradas acerca de este método parecen haber obviado en buena medida esta característica. La relegación de la naturaleza lingüística del método de encuesta ha comportado un importante nivel de reificación de los elementos que se consideran implicados en él, y responsables, además, de la puesta en práctica de este método. Nos referimos fundamentalmente a las preguntas, a los entrevistadores y entrevistadoras, a las respuestas, a las personas encuestadas, y a los propios instrumentos de las técnicas de investigación. Esta reificación ha transformado dichos elementos en elementos objetivables y manipulables, y en cierta forma, desnudos de su principal característica: su significado y dimensión lingüística.

Las repercusiones de este enfoque del método de encuesta han sido varias, entre ellas podemos destacar, por ejemplo, la reducción de lo lingüístico en los cuestionarios a meros enunciados casi métricos de preguntas, y la reducción de las respuestas a tan sólo marcas en diversas casillas. Este enfoque también ha propiciado que la figura del/de la entrevistador/a se convierta, por definición, en una fuente de sesgo, principalmente a través de sus características sociodemográficas, negándole una participación lingüística de interacción social en el método de encuesta. Igualmente, bajo esta perspectiva, la forma conversacional de la entrevista ha relegado a los cuestionarios a un mero intercambio de interrogaciones y monosílabos, o a un simple intercambio de papeles, olvidando precisamente que ni la entrevista es una conversación, ni los cuestionarios son elementos neutros en relación a la interacción lingüística de las personas implicadas en una situación de encuesta.

Las hipótesis formuladas proponen, en líneas generales, la recuperación de la naturaleza lingüística del método de encuesta, no tanto porque este método funcione a través de la palabra oral o escrita, como porque el lenguaje comporta una elaboración de significados compartidos en función de los muchos elementos que lo dimensionalizan. Entre estos elementos hemos destacado, en relación al método de encuesta, la propia situación de interacción condicionada por la técnica de investigación que se utilice, la persona encuestada, el/la interlocutor/a con el que la persona entra en contacto y con el que desarrollará la encuesta y el objeto sobre el cual va a ser preguntada la persona encuestada.

Con una perspectiva superficial de lo que hemos tratado de proponer en este trabajo, podría suponerse cierta analogía con los problemas propios de la situación

experimental que afectan al método experimental. Sin embargo, no consideramos que nuestra proposición pueda limitarse a una analogía con las características de la demanda experimental o con los efectos del experimentador, por ejemplo. Lo que aquí hemos tratado de proponer es una reivindicación teórica y empírica del papel del otro en el método de encuesta. El otro, real o simbólicamente, es uno de los mayores ignorados por la psicología social, y especialmente por un método cuya naturaleza y expresión es estar atravesado por el lenguaje. Si Saussure propuso que la psicología social debía ser la ciencia que se encargara del estudio de los signos, psicólogos, sociólogos y psicólogos sociales -entre otros, por supuesto, pero sobretodo ellos, o si se prefiere, nosotros- se han despreocupado excesivamente por el aspecto significativo de los actos de habla poniendo todo el énfasis en los aspectos aparentes y supuestamente objetivos del significante. Esto es bien evidente en la escasa teorización existente acerca del método de encuesta.

En diversas ocasiones a lo largo de este trabajo nos hemos referido a esta escasa teorización y conceptualización del método de encuesta. A juzgar por la cantidad de publicaciones pudiera parecer que el bagaje y el nivel de conceptualización teórico es considerablemente amplio, y, no obstante, en muy pocas ocasiones se sobrepasa un nivel de instrumentalismo primario. Con todo, es cierto que en los últimos tiempos comienzan a levantarse voces contra estas carencias, y que los trabajos teóricos empiezan a gestarse como embriones en esta materia.

Veamos a continuación cual ha sido el comportamiento de estos elementos en función de las hipótesis planteadas y en función de los resultados obtenidos.

Los resultados de las investigaciones presentadas hasta el momento nos han permitido constatar algunos efectos importantes en relación a las variables que hemos planteado como fundamentales en este trabajo y en relación a las hipótesis establecidas. A pesar de que la primera hipótesis y sus derivadas no permiten una constatación empírica directa, sí podemos establecer que a través de indicadores indirectos se ha establecido su pertinencia. En el análisis de las entrevistas hemos podido observar como los diferentes tipos de interacción que se desarrollaban en las mismas, en función del interlocutor/a y en función de la persona encuestada, configuraban diferentes elaboraciones discursivas. Este efecto se ha puesto más de manifiesto en las entrevistas sobre el cuerpo que en las entrevistas sobre educación. El análisis de las entrevistas individuales sobre el cuerpo nos ha permitido detectar núcleos discursivos comunes para la mayor parte de entrevistas que compartían las mismas características de interacción. De esta forma, se configuran dos bloques de discurso en función de quien es el/la interlocutor/a: las entrevistas realizadas por entrevistadores tienden a producir un discurso sobre el cuerpo referente a sus aspectos

humanos, psicológicos, sociales y de acciones, y las entrevistas realizadas por entrevistadoras tienden a producir un discurso sobre el cuerpo referente a aspectos concretos, a las partes del cuerpo, a aspectos estéticos y a componentes sentimentales. Dentro de estos dos bloques también se han podido configurar bloques relativamente homogéneos en función de los participantes en las entrevistas. Los hombres entrevistados por hombres elaboran un discurso que denota una visión del cuerpo psíquica y globalizadora, y cuando son entrevistados por mujeres el contenido de su discurso se relaciona más con aspectos sentimentales y de referencia a partes concretas del cuerpo. Las mujeres entrevistadas por mujeres centran su discurso en temas que inciden en el aspecto estético del cuerpo, y cuando son entrevistadas por hombres el contenido del discurso se refiere más a aspectos relacionales y de actividades.

El análisis de las entrevistas agrupadas por condiciones de interacción nos permite describir los contenidos de los discursos, ya no en función de cada individuo sino en función de las condiciones de las entrevistas. De esta forma, observamos que los hombres entrevistados por hombres hablan de aspectos psicológicos, sociales y humanos y cuando son entrevistados por mujeres se refieren a la imagen del cuerpo, a sus funciones y a los tabúes. Las mujeres cuando son entrevistadas por mujeres hablan de aspectos estéticos, de condición del cuerpo y de diferentes estados, y cuando son entrevistadas por hombres, el contenido de su discurso se refiere a aspectos concretos del cuerpo, que en líneas generales se atribuirían más a una conversación entre hombres. Así, por ejemplo, palabras como «pechos», «culo», «tocar» o «placer» forman parte de este contenido de discurso.

En el análisis de las entrevistas individuales de educación no hemos podido detectar núcleos discursivos comunes en función del tipo de interacción de entrevista. La distribución de las entrevistas en relación a los contenidos discursivos parece corresponderse más con las diferencias individuales de las personas entrevistadas que con las características de interacción de las entrevistas. El análisis de las entrevistas agrupadas por condiciones de interacción nos permite establecer ciertas diferencias. Cuando las entrevistas son realizadas por entrevistadoras, hombres y mujeres elaboran un mismo discurso general y sin entrar en elementos concretos. Los hombres entrevistados por hombres elaboran un discurso sobre la educación en términos de preparación y capacitación de los jóvenes para el futuro y las mujeres, cuando son entrevistadas por hombres, cambian su discurso general por un discurso en el que la educación aparece como un proceso formativo comprensivo pero exigente y referente a la familia y los maestros. En definitiva, parece haber una cierta adaptación del discurso hacia lo que se considera que dice el otro en tanto que miembro de una categoría social.

Podemos ver pues que bajo las mismas condiciones de interacción en la situación de entrevista, en los dos temas propuestos se generan contenidos de discurso diferentes, en función del tipo de interacción establecida entre los interlocutores y las personas encuestadas. Esta elaboración de discursos diferentes en función del tipo de interacción se ha puesto de manifiesto de forma más relevante en las entrevistas sobre el cuerpo, al que le suponemos un mayor grado de relevancia como objeto de interlocución, que en las entrevistas sobre educación, objeto al que le suponemos una menor relevancia para la interlocución.

La hipótesis número dos se ha visto igualmente confirmada. El análisis de los resultados de los cuestionarios tanto en la investigación sobre el cuerpo como en la investigación sobre la educación, ha puesto de manifiesto diferencias significativas en función de la forma de administración de los cuestionarios. Esto es, las personas dan respuestas diferentes en diversos factores en función del tipo de interacción que establecen con el instrumento de interlocución y con el objeto de interlocución. Las diferencias de respuesta en función de si el cuestionario ha sido administrado de forma entrevistada o de forma autoadministrada, nos dan noticia de que bajo las mismas formas de preguntas y bajo el mismo tipo de relación con el/la interlocutor/a, la diferente forma de administración configura un diferente entorno de interacción significativo para la persona encuestada.

La hipótesis número tres establecía diferencias en los efectos de la forma de administración en función de la relevancia de la interacción con el/la interlocutor/a para establecer la significación del objeto de interlocución. Según esta hipótesis, debiera encontrarse un mayor número de diferencias significativas en función de la forma de administración en los cuestionarios sobre la educación que en los cuestionarios sobre el cuerpo. Aunque algunos resultados parciales indican que esto no se cumple en todas las ocasiones, todo parece indicar que en términos generales se ha visto confirmada.

De un total de nueve efectos diferenciales significativos en los cuestionarios de educación, cinco son debidos a la forma de administración, y de un total de once efectos diferenciales significativos en los cuestionarios sobre el cuerpo, cinco también son debidos a la forma de administración de los cuestionarios. Si bien es cierto que proporcionalmente hay más efectos significativos debidos a la forma en los cuestionarios de educación, la cantidad de estos mismos efectos en los cuestionarios sobre el cuerpo nos hacen relativizar esta mayor proporción.

Teniendo en cuenta los anteriores efectos, podríamos establecer que a pesar de que en los cuestionarios sobre el cuerpo se producen relativamente más efectos en función del género del/de la interlocutor/a que en los cuestionarios sobre educación, la hipótesis número

cuatro no se vería confirmada, pero el alcance de esta hipótesis afecta también a las entrevistas y afecta también a las interacciones del género del/de la interlocutor/a y de la persona encuestada. Los resultados de las entrevistas nos mostraban que en las entrevistas realizadas bajo el tema del cuerpo, las interacciones establecidas entre el/la interlocutor/a y la persona encuestada permitían configurar núcleos discursivos comunes en función de las diferentes condiciones de interacción. Por contra, en las entrevistas de educación, las diferentes condiciones de interlocución no permitían configurar núcleos discursivos comunes, siendo los discursos debidos más a las individualidades que a las condiciones de interacción.

De la misma forma, el análisis de la interacción del género del/de la interlocutor/a y la persona encuestada en los cuestionarios no ha mostrado ninguna interacción significativa en los cuestionarios sobre educación y sí en los cuestionarios sobre el cuerpo. Las dos interacciones significativas del género del/de la interlocutor/a y la persona encuestada se han producido sobre los factores de atribución a una persona de las características para considerarla atractiva y fría en función de diferentes partes del cuerpo. Podemos establecer, pues, que el objeto de interlocución, en este caso el cuerpo, permite activar una elaboración del discurso en términos de las relaciones de género, viéndose confirmada la hipótesis número cuatro.

El análisis de los cuestionarios no nos ha permitido confirmar la hipótesis número cinco. Se producen, en líneas generales, más respuestas estereotípicas en la forma entrevistada del cuestionario que en la forma autoadministrada. En los cuestionarios sobre educación, por ejemplo, observamos que las personas dan una respuesta más estereotípica sobre las necesidades institucionales para hablar de una «buena educación» en la forma entrevistada que en la forma autoadministrada. Igualmente, cuando se pregunta la opinión sobre la responsabilidad de la educación, se producen más respuestas estereotípicas en la forma entrevistada que en la forma autoadministrada.

En la hipótesis número seis habíamos planteado que se pondrán más de manifiesto las interacciones entre la forma de administración del cuestionario y las relaciones de género entre interlocutor/a y persona entrevistada, cuando el objeto de interlocución sea más relevante para la persona encuestada. En efecto, los análisis nos muestran una mayor cantidad de interacciones de estas dos variables en los cuestionarios sobre el cuerpo que en los cuestionarios sobre educación. En estos últimos solamente se ha puesto de manifiesto una interacción de estas variables, mientras que en los cuestionarios sobre el cuerpo han sido nueve las interacciones significativas sobre factores relacionados con las metáforas del cuerpo, factores relacionados con partes del cuerpo que permiten atribuir las características

de fría, inteligente y simpática a una persona y sobre factores relacionados con lo admitido y desechado del cuerpo.

Sería relativamente fácil concluir después de los resultados expuestos, por ejemplo, que el sexo del/de la entrevistador/a produce un sesgo en las respuestas de las personas encuestadas y que el tema de las investigaciones condiciona de forma diferente las respuestas porque su percepción de amenaza es diferente. Pero realizar este tipo de conclusiones supondría no sólo elaborar unas conclusiones parciales sino que, al mismo tiempo, supondría centrarnos de forma reduccionista en algunos de los elementos destacados del método de encuesta, y obviar algunos de los efectos que se han producido en estas investigaciones.

Algunos de los estudios expuestos en el apartado de los efectos producidos por el/la entrevistador/a destacaban que la etnia del/de la entrevistador/a produce un sesgo en las respuestas de las personas encuestadas cuando las preguntas tienen un fuerte contenido racial, y que cuando las preguntas carecen de este contenido los efectos de la etnia del/de la entrevistador/a prácticamente desaparecen. El planteamiento de estas investigaciones se concentraba en los efectos de las características sociodemográficas del/de la entrevistador/a por sí mismas y en ausencia de interacción lingüística con la persona entrevistada. Igualmente, algunas de las investigaciones sobre el modo de administración de los cuestionarios encontraban diferencias en las respuestas en función del modo de administración. Estas diferencias giraban básicamente alrededor de porcentaje de respuestas y problemas de falta de adecuación de los protocolos y enunciados al entorno del modo de administración. Estas investigaciones, lejos de entrar en la dinámica de interacción que supone el modo de administración para los interlocutores, centraban básicamente sus objetivos en el incremento de motivación de las personas encuestadas en la participación en las encuestas y en el diferente nivel de anonimato que suponen los diferentes modos de administración por estar presente o ausente el entrevistador o la entrevistadora.

Es obvio que muchos de los elementos clave de estas investigaciones están presentes en nuestro trabajo, la cantidad de elementos cruciales que intervienen en el desarrollo del método de encuesta no es muy elevada, pero la perspectiva bajo la que se entiende su participación es diferente.

En efecto, nuestras hipótesis no giran exclusivamente alrededor de la forma de administración, del sexo del/de la entrevistador/a y de la naturaleza del tema de encuesta, sino que giran alrededor de estos elementos en tanto que significativos para una interacción lingüística y por tanto relevantes y significativos para la producción discursiva de las personas encuestadas.

El grado de relevancia del objeto de interlocución para la persona entrevistada tendrá efectos sobre su elaboración discursiva no por el tema en sí mismo, sino porque permitirá poner de manifiesto un tipo determinado de interacción con el/la interlocutor/a. Por tanto, no se trata de establecer una lista de temas de entrevista y testar cuáles de ellos producen más o menos diferencias de respuestas, sino que se trata de entrar en las dimensiones de interacción que supone el hablar de un objeto con otra persona, dimensiones que es importante para la persona encuestada puesto que le permite, en la situación de encuesta, encontrar puntos referenciales con los que establecer la pertinencia de su discurso.

Igualmente, la forma diferente de administración de los cuestionarios puede producir diferentes respuestas en las personas encuestadas, pero no tanto porque objetivamente sean formas diferentes, sino porque permiten poner de manifiesto, de forma más o menos intensa, un tipo de interacción de las personas encuestadas con sus interlocutores, intensidad de interacción que a la persona encuestada le es significativa para la elaboración de su discurso.

Estos dos elementos son los que en interacción con la significación de las características del/de la interlocutor/a y de la persona encuestada otorgarán mayor o menor relevancia a cada uno de los aspectos de la situación de encuesta.

Como hemos visto, sino todas, la mayor parte de las hipótesis formuladas se han visto confirmadas o cuando menos hemos establecido su pertinencia de consideración para futuras investigaciones. Es difícil establecer qué hipótesis son más importantes que otras a fin de establecer un mayor o menor éxito del conjunto de ellas. Lo que sí consideramos importante es que, en mayor o menor grado, los elementos que hemos destacado del método de encuesta son susceptibles de ser analizados a través de una dinámica de interacción y significación lingüística, dinámica que necesariamente precisa de un mayor grado de teorización.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ager, J. W. & Dawes, R. M. (1965). The effect of judges' attitudes on judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, **1** (5), 533-538.
- Alexander, Ch. S. & Becker, H. J. (1978). The use of vignettes in survey research. *Public Opinion Quarterly*, **42** (1), 93-104.
- Alwin, D. F. (1977). Making errors in surveys: An overview. *Sociological Methods and Research*, **6** (2), 131-150.
- Alwin, D. F. (Ed.) (1978). *Survey design and analysis: current issues*. London: Sage.
- Alwin, D. F. (1991). Research on survey quality. *Sociological Methods & Research*, **20** (1), 3-29.
- Alwin, D. F. & Krosnick, J. A. (1985). The measurement of values in surveys: A comparison of ratings and rankings. *Public Opinion Quarterly*, **49** (4), 535-552.
- Alwin, D. F. & Krosnick, J. A. (1991). The reliability of survey attitude measurement: The influence of question and respondent attributes. *Sociological Methods & Research*, **20** (1), 139-181.
- Armstrong, J. S. & Lusk, E. J. (1987). Return postage in mail surveys: A meta-analysis. *Public Opinion Quarterly*, **51** (2), 233-248.
- Anderson, J. F. & Berdie, D. R. (1975). Effects on response rates of formal and informal questionnaire follow-up techniques. *Journal of Applied Psychology*, **60** (2), 255-257.
- Anderson, B. A.; Silver, B. D. & Abramson, P. R. (1988). The effects of race of the interviewer on race-related attitudes of black respondents in SRC/CPS national election studies. *Public Opinion Quarterly*, **52** (3), 289-324.
- Anderson, B. A.; Silver, B. D. & Abramson, P. R. (1988). The effects of race of the interviewer on measures of electoral participation by blacks in SRC national election studies. *Public Opinion Quarterly*, **52** (1), 53-83.
- Aquilino, W. S. & Lo Sciuto, L. A. (1990). Effects of interview mode on self-reported drug use. *Public Opinion Quarterly*, **54** (3), 362-395.
- Archer, J. (1990). Gender-stereotypic traits are derived from gender roles. A replay to McCreary. *British Journal of Social Psychology*, **29**, 173-177.
- Armstrong, J. S. (1975). Monetary incentives in mail surveys. *Public Opinion Quarterly*, **39** (1), 111-116.
- Askevis, F. & Matalon, B. (1990). Une limite à l'usage des échelles bipolaires de jugement. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, **3** (2), 233-248.
- Aube, J. Koetsner, R. (1992). Gender characteristics and adjustment: a longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, **63**, 485-493.
- Avril, F. (1964). La notion de profondeur dans les entretiens de recherche. *Revue Française du Marketing*, **13**, 15-28.
- Ayidiya, S. A. & McClendon, Mc, J. (1990). Response effects in mail surveys. *Public Opinion Quarterly*, **54** (2), 229-247.
- Barath, a. & Cannel Ch, F. (1976). Effect of interviewer's voice intonation. *Public Opinion Quarterly*, **40** (3), 370-373.
- Barbera, E. & Mayor, L. (1989). Auconcepto de género y sistema de valores. *Revista de Psicología Social*, **4** (2), 151-165.
- Barton, A. H. (1958). Asking the embarrassing question. *Public Opinion Quarterly*, **22** (1), 67-69.

- Bassili, J. N. & Fletcher, J. F. (1991). Response-time measurement in survey research: A method for CATI and a new look at nonattitudes. *Public Opinion Quarterly*, **55** (3), 331-346.
- Becker, B.J. (1990). Item characteristics and gender differences on the SAT-M for mathematically able youths. *American Educational Research Journal*, **27** (1), 65-87.
- Becker, H. S. (1956). Interviewing medical students. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 199-201.
- Becker, S. L. (1954). Why an order effect. *Public Opinion Quarterly*, **18** (3), 271-278.
- Bécue, M. (1991). *Análisis de datos textuales. Métodos estadísticos y algoritmos*. Paris: CISIA.
- Benney, M. & Hughes, E. C. (1956). Of sociology and the interview: Editorial preface. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 137-142.
- Benney, M.; Riesman, D. & Star, S. A. (1956). Age and sex in the interview. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 143-152.
- Ben-Shakhar, G. & Sinai, Y. (1991). Gender differences in multiple-choice test: The role of differential guessing tendencies. *Journal of Educational Measurement*, **28** (1), 23-35.
- Benton, J. E. & Daly, J. L. (1991). A question order effect in a local government survey. *Public Opinion Quarterly*, **55** (4), 640-642.
- Berdie, D. R. (1973). Questionnaire length and response rate. *Journal of Applied Psychology*, **58** (2), 278-280.
- Bergsten, J. W.; Weeks, M. F. & Bryan, F. A. (1984). Effects of an advance telephone call in a personal interview survey. *Public Opinion Quarterly*, **48** (3), 650-657.
- Berk, M. L. & Berstein, A. B. (1988). Interviewer characteristics and performance on a complex health survey. *Social Science Research*, **17**, 239-251.
- Bernstein, L. E. (1981). Language as a product of dialogue. *Discourse Processes*, **4**, 117-147.
- Biel, A. L. (1967). Abuses of survey research techniques: The phony interview. *Public Opinion Quarterly*, **31**, 298
- Biernat, M. (1991). Gender stereotypes and the relationship between masculinity and feminity: a developmental analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, **61** (3), 351-365.
- Billiet, J. & Loosveldt, G. (1988). Improvement of the quality of responses to factual survey questions by interviewer training. *Public Opinion Quarterly*, **52** (2), 190-211.
- Bingham W.V. & Moore, B.V. (1924). *How to interview*. New York: Harper and Row.
- Bishop, G. F. (1987). Experiments with the middle response alternative in survey questions. *Public Opinion Quarterly*, **51** (2), 220-232.
- Bishop, G. F. (1990). Issue involvement and response effects in public opinion surveys. *Public Opinion Quarterly*, **54** (2), 209-218.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W. & Tuchfarber, A. J. (1978). Effects of question wording and format on political attitude consistency. *Public Opinion Quarterly*, **42** (1), 81-92.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W. & Tuchfarber, A. J. (1982). Effects of presenting one

- versus two sides of an issue in survey questions. *Public Opinion Quarterly*, **46**, 69-85.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W. & Tuchfarber, A. J. (1983). Effects of filter questions in public opinion surveys. *Public Opinion Quarterly*, **47**, 528-546.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W. & Tuchfarber, A. (1984). What must my interest in politics be if I just told you "I don't know"?. *Public Opinion Quarterly*, **48** (2), 510-519.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W. & Tuchfarber, A. J. (1985). The importance of replicating a failure to replicate: Order effects on abortion items. *Public Opinion Quarterly*, **49** (1), 105-114.
- Bishop, G. F.; Oldendick, R. W.; Tuchfarber, A. J. & Bennet, S. E. (1980). Pseudo-opinions on public affairs. *Public Opinion Quarterly*, **44** (2), 198-209.
- Bishop, G. F.; Tuchfarber, a. J. & Oldendick, R. W. (1986). Opinions on fictitious issues: The pressure to answer survey questions. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 240-250.
- Blair, E. (1977-78). More on the effects of intervioewer's voice intonation. *Public Opinion Quarterly*, **41** (4), 544-548.
- Blair, E. (1980). Using practice interviewers to predict interviewer bheaviors. *Public Opinion Quarterly*, **44** (2), 257-260.
- Blair, E. & Burton, S. (1987). Cognitive processes used by survey respondents to answer behavioral frequency questions. *Journal of Consumer Research*, **14**, 280-288.
- Blair, E.; Sudman, S.; Bradburn, N. M. & Stocking, C. (1977). How to ask questions about drinking and sex: response effects in measuring consumer behavior. *Journal of Marketing Research*. **14**, 316-321.
- Blanc, H. (1956). Multilingual interviewing in Israel. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 205-209.
- Blanchet, A. (1983). Epistémologie critique de l'entretien d'enquête de style non directif. *Bulletin de Psychologie*, **XXXVI** (358), 187-194.
- Blanchet, A. (1988). Complémentations et interprétations d'un interviewer dans l'entretien de recherche: leurs effets sur le discours de l'interviewé. *Psychologie Française*, **33** (4), 280-288.
- Blanchet, A. (1989). Les relances de l'interviewer dans l'entretien de recherche: leurs effets sur la modalisation et la déictisation du discours de l'interviewé. *L'année Psychologique*, **89**, 367-391.
- Blanchet, A. (1990). Introduction. *Psychologie Française*, **35** (3), 171-174.
- Blanchet, A. (1991). *Dire et faire dire: L'entretien*. Paris: Armand Colin.
- Blanchet, A. & Bromberg, M. (1986). Effets des interventions d'un interviewer sur les processus de rétro-référence et co-référence dans une situation d'interlocution. *Psychologie Française*, **31** (2), 172-179.
- Blanchet, A. & Magnusson, S. (1988). Processus cognitifs et programmation discursive dans l'entretirn de recherche. *Psychologie Française*, **33** (1-2), 91-98.
- Blanchet, A.; Boukercha, A. & Bonnet, P. (1991). L'interactivité des relances dans l'entretien d'enquête. *Connexions*, **57**, 57-68.
- Blanchet, A.; Bromberg, M. & Urdapilleta, I. (1990). L'influence non directive.

- Psychologie Française*, 35 (3), 217-226.
- Blanchet, A.; Ghiglione, R.; Massonat, J. & Trognon, A. (1989). *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Narcea.
- Bless, H.; Bohner, G. & Schwarz, N. (1992). Asking difficult questions: Task complexity increases the impact of response alternatives. *European Journal of Social Psychology*, 22, 309-312.
- Bogart, L. (1967). No opinion, don't know, and may be no answer. *Public Opinion Quarterly*, 31 (3), 331-345.
- Booth, Ch. (1902-1903). *Life and labour of the people in London*: London: Mcmillan.
- Bosch, J. Ll. & Torrente, D. (1993). *Encuestas telefónicas y por correo*. Colección cuadernos metodológicos nº 9. Madrid: C.I.S..
- Boudon, R. (1978). La construction et l'analyse des réseaux sociaux. *L'Année Sociologique*, 29, 283-310.
- Bourdieu, P.; Chamboredon, J. C. & Passeron, J. C. (1968). *Le métier de sociologue*. Paris: Mouton.
- Bradburn, N. M. (1982). Question wording effects. En: R. Hogart (Ed.) *Question framing and response consistency* (pp. 65-76). San Francisco: Jossey-Bass.
- Bradburn, N. M. (1983). Response effects. En: P. H. Rossi; J. D. Wright & A. B. Anderson (Eds.). *Handbook of survey research* (pp. 289-328). Orlando: Academic Press.
- Bradburn, N. M. & Danis, C. (1984). Potencial contributions of cognitive research to survey questionnaire design. En: T. JABINE, et. al. (Eds.). *Cognitive aspects of survey methodology: building a bridge between disciplines* (pp. 101-129). Washington, D. C: National Academic Press.
- Bradburn, N. M. & Miles, C. (1979). Vague quantifiers. *Public Opinion Quarterly*, 43 (1), 92-101.
- Bradburn, N. M.; Sudman, S.; Blair, E. & Stocking, C. (1978). Question threat and response bias. *Public Opinion Quarterly*, 42 (2), 221-234.
- Breakwell, G. M. (1990). Social beliefs about gender differences. En: C. Fraser & G. Gaskell (Eds.). *The social psychological study of widespread beliefs*. Oxford: Oxford University Press.
- Brennan, M. & Hoek, J. (1992). The behavior of respondents, nonrespondents, and refusers across mail surveys. *Public Opinion Quarterly*, 56 (4), 530-535.
- Brenner, M. (1985). Intensive interviewing. En: M. Brenner; J. Brown & D. Canter (Eds.) *The research interview: Uses and approaches* (pp. 147-162). London: Academic Press.
- Brenner, M.; Brown, J. & Canter, D. (Eds.) (1985). *The research interview: Uses and approaches*. London: Academic Press.
- Briggs, Ch. L. (1986). *Learning how to ask: A sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brinton, J. E. (1961). Deriving an attitude scale from semantic differential data. *Public Opinion Quarterly*, 25 (2), 289-295.
- Bromberg, M. & Ghiglione, R. (1988). Contraintes de situation, stratégies discursives et influence sociale. *Verbum*, XI (2), 85-102.
- Brunner, J. S. & Goodman, C. C. (1947). Value and need as organizing factors in

- perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **42**, 33-44.
- Burchell, B. & Marsh, C. (1992). The effect of questionnaire length on survey response. *Quality & Quantity*, **26**, 233-244.
- Burton, S. & Blair, E. (1991). Task conditions, response formulation processes, and response accuracy for behavioral frequency questions in surveys. *Public Opinion Quarterly*, **55** (1), 50-79.
- Button, G. (1987). Answers as interactional products: Two sequential practices used in interviews. *Social Psychology Quarterly*, **50** (2), 160-171.
- Campbell, A.; P. E. Converse; Miller, W. E. & Stokes, D. E. (1960). *The american voter*. New York: Willey.
- Campbell, B. A. (1981). Race of interviewer effects among southern adolescents. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 231-244.
- Campbell, D. T. (1957). Factors relevant to the validity of experimental in social settings. *Sociological Bulletin*, **54**, 297-312.
- Campbell, D. T. & Mohr, P. J. (1950). The effect of ordinal position upon response to items in a check list. *Journal of Applied Psychology*, **34** (1), 62-67.
- Campbell, D. T.; Siegman, C. R. & Rees, M. B. (1967). Direction of wording effects in the relationships between scales. *Psychological Bulletin*, **68** (5), 293-303.
- Campostrini, S. & Mcqueen, D. V. (1993). The wording of questions in a CATI-based lifestyle survey: Effects of reversing the polarity of AIDS related questions in continuous data. *Quality & Quantity*, **27**, 157-170.
- Cannell, Ch. F. & Axelrod, M. (1956). The respondent reports on the interview. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 177- 181.
- Cannell, Ch. F. & Kahn, R. L. (1964). Interviewing. En: G. Lindzey & E. Aronson (Eds.) *The handbook of social psychology*. Vol. 2. Cambridge: Addison-Wesley.
- Cannell, Ch. F. & Kahn, R. L. (1979). La reunión de datos mediante entrevistas. En: L. Festinger & D. Katz (Eds.) *Los métodos de investigación en las ciencias sociales* (pp. 310-352). Buenos Aires: Paidós.
- Cannell, Ch. F.; Miller, v. P. & Oksenberg, L. (1981). Research on interviewing techniques. En: S. Leinhardt (Ed.) *Sociological Methodology* (pp. 389-437). San Francisco: Jossey-Bass.
- Caplan, P. (1987). *The cultural construction of sexuality*. London: Routledge.
- Caplow, T. (1956). The dynamics of information interviewing. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 165-171.
- Carper, j. & Doob, L. W. (1953). Intervening responses between questions and answers in attitude surveys. *Public Opinion Quarterly*, **17** (4), 511-519.
- Carr, L. G. (1971). The srole items and acquiescence. *American Sociological Review*, **36**, 287-293.
- Cataldo, E. F. et al. (1970). Card sorting as a technique for survey interviewing. *Public Opinion Quarterly*, **34** (2), 202- 215.
- Centers, R. (1963). A laboratory adaptation of the conversational procedure for the conditioning of verbal operants. *Journal of Personality and Social Psychology*, **67** (4), 334-339.
- Cea, M. & Valles, M. S. (1992). La encuesta psicosocial (2). En: M. Clemente (Co.) *Psicología Social: Métodos y técnicas de investigación* (pp. 279-301). Madrid:

Eudema.

- Charaudeau, P. (1984). L'interlocution comme interaction de stratégies discursives. *Verbum*, **VIII**, 165-183.
- Cicourel, V. A. (1982). Interviews, surveys and the problem of ecological validity. *American Sociologist*, **17**, 11-20.
- Clancy, K. J. & Wachsler, R. A. (1971). Positional effects in shared-cost surveys. *Public Opinion Quarterly*, **35** (2).
- Clark, H. H. (1979). Responding indirect speech acts. *Cognitive Psychology*, **11**, 430-477.
- Clark, H. H. & Lucy, P. (1975). Understanding what is meant from what is said: A study in conversationally conveyed requests. *Journal of Learning and Verbal Behavior*, **14**, 56-72.
- Clark, H. H. & Schunk, D. H. (1980). Polite responses to polite requests. *Cognition*, **8** (2), 111-143.
- Clemente, M. (Co.) (1992). *Psicología Social: Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Eudema.
- Colasanto, D.; Singer, E. & Rogers, T. (1992). Context effects on response to questions about aids. *Public Opinion Quarterly*, **56** (4), 515-518.
- Colectivo de autores (1988). *Libro de trabajo del sociólogo*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Colombotos, J. (1969). Personal versus telephone interviews: effect on responses. *Public Health Reports*, **84** (1), 773-781.
- Collier, J. F. & Yanagisako, S. J. (1987). *Gender and kinship: Essays towards a unified analysis*. Stanford: Stanford University Press.
- Collins, W. A. (1970). Interviewer' verbal idiosyncrasies as a source of bias. *Public Opinion Quarterly*, **34**, (3), 416-422.
- Coney, K. A. (1977). Order-bias: The special case of letter preference. *Public Opinion Quarterly*, **41** (3), 385-388.
- Converse, J. M. (1984). Strong arguments and weak evidence: The open-closed questioning controversy of the 1940s. *Public Opinion Quarterly*, **48** (1B), 267-282.
- Converse, J. M. (1987). *Survey research in the United States: roots and emergence 1890-1960*. Berkeley: University of California Press.
- Converse, J. M. & Presser, S. (1986). *Survey Questions. Handcrafting the standardized questionnaire*. London: Sage.
- Converse, J. M. & Schuman, H. (1974). *Conversations at random: survey research as interviewers see it*. New York: John Wiley.
- Coombs, C. H. & Coombs, L. C. (1976). "Don't know": Item ambiguity or respondent uncertainty?. *Public Opinion Quarterly*, **40** (4), 497-514.
- Cotter, P. R.; Cohen, J. & Coulter, P. B. (1982). Race of interviewer effects in telephone interviews. *Public Opinion Quarterly*, **46** 278-284.
- Couch, A. & Keniston, K. (1960). Yeasayers and nosayers: agreeing response set as a personality variable. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **60**, 151-174.
- Cox III, E. P. (1976). A cost/benefit view of prepaid monetary incentives in mail questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **40** (1), 101-107.

- Crane, M. & Markus, H. (1982). Gender identity: the benefits of a self-schema approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, **43**, 1195-1197
- Crespi, I. (1987). Survey as legal evidence. *Public Opinion Quarterly*, **51** (1), 84-91.
- Crespi, I. & Morris, D. (1984). Question order effect and the measurement of candidate preference in the 1982 Connecticut elections. *Public Opinion Quarterly*, **48** (3), 578-591.
- Cronkhite, G. (1977). Scales measuring general evaluation with minimal distortion. *Public Opinion Quarterly*, **41** (1), 65-73.
- Chan, C. J. (1991). Response order effects in Likert type scales. *Educational and Psychological Measurement*, **51** (3), 531-540.
- Charadeau, P. (1984). L'interlocution comme interaction de strategies discursives. *Verbum*, **VIII**, 165-183.
- Charadeau, P. (1989). Le dispositif socio-communicatif des echanges langagiers. *Verbum*, **XII** (1), 13-25.
- D'andrade, R. G. & Wish, M. (1985). Speech act theory in quantitative research on interpersonal behavior. *Discourse Processes*, **8**, 229-259.
- Davis, N. & Robinson, R.V. (1991). Men's and women's consciousness of gender inequality: Austria, West Germany, Great Britain and the United States. *American Sociological Review*, **56**, 72-84.
- Deaux, K. & Kite, M. E. (1987). thinking about gender. En: B. B. Hess & M. Marx Ferre (Eds.). *Analyzing gender. A handbook of social sciences research*. Beverly Hills: Sage
- DeJong, W. (1979). An examination of the self-perception mediation of the foot-in-the door effect. *Journal of Personality and Social Psychology*. **37**, 2221-2239.
- DeMaio, T. J. (1980). Refusals: Who, where and why. *Public Opinion Quarterly*, **44** (2), 223-233.
- Denzin, N. (1978). *The research act*. Chicago: Aldine.
- DeSantis, G. (1980). Interviewing as social interaction. *Qualitative Sociology*, **26**, 72-98.
- Devons, S. (1975). A questionnaire for questioners. *Public Opinion Quarterly*, **39** (2), 255-256.
- Dexter, L. A. (1956). Role, relationships and conceptions of neutrality in interviewing. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 153-157.
- Dickson, J. P. et al. (1977). Invisible coding of survey questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **41** (1), 100-112.
- Dijkstra, W. (1987). Interviewing style and respondent behavior: An experimental study of the survey interview. *Sociological Methods & Research*, **16** (2), 309-334.
- Dillehay, R. C. & Jernigan, L. R. (1970). The biased questionnaire as an instrument of opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, **15** (2), 144-150.
- Dillman, D. A.; Gallegos, J. G. & Frey, J. H. (1976). Reducing refusal rates for telephone interviews. *Public Opinion Quarterly*, **40** (1), 66-78.
- Dohrenwend, B. S. (1965). Some effects of open and closed questions on respondents' answers. *Human Organizations*, **24** (2), 175-184.
- Dohrenwend, B. S. (1969). Interviewer biasing effects: Toward a reconciliation of findings. *Public Opinion Quarterly*. **33** 121-125.

- Dohrenwend, B. S. (1970). An experimental study of directive interviewing. *Public Opinion Quarterly*, **34** (1), 117-125.
- Dohrenwend, B. S. & Richardson, A. S. (1963). Directiveness and nondirectiveness in research interviewing: a reformulation of the problem. *Psychological Bulletin*, **60**, 475-485.
- Dohrenwend, B. S. & Richardson, A. S. (1964). A use for leading questions in research interviewing. *Human Organization*, **23** (1), 76-77.
- Dohrenwend, B. S.; Colombotos, J. & Dohrenwend, B. P. (1968). Social distance and interviewer effects. *Public Opinion Quarterly*, **32** (3), 410-422.
- Dudycha, A. L. & Carpenter, J. B. (1973). Effects of item format on item discrimination and difficulty. *Journal of Applied Psychology*, **58** (1), 116-121.
- Duncan, O. D. & Stenbeck, M. (1987). Are Likert scales unidimensional?. *Social Science Research*, **16** 245-259.
- Duncan, O. D. & Stenbeck, M. (1988). No opinion or not sure?. *Public Opinion Quarterly*, **52** (4), 513-525.
- Duncan, S. Jr. (1972). Some signals and rules for taking speaking turns in conversations. *Journal of Personality and Social Psychology*, **23** (2), 283-292.
- Duncan, S. Jr. & Niederehe, G. (1974). On signalling that it's your turn to speak. *Journal of Experimental Social Psychology*, **10** (3), 234-247.
- Eagly, A. H. & Steffen, V. S. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men in to social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, **46**, 735-746.
- Echebarria, A. (1992). Gender social identity, values and cognitive styles. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, **5** (2), 146-157.
- Edwarson, B. & Linden, M. (1976). A method for evaluation of metric properties of response scales. *Quality & Quantity*, **10** (3), 241-249.
- Ehrlich, J. S. & Riesman, D. (1961). Age and authority in the interview. *Public Opinion Quarterly*, **25** (1), 39-56.
- Eli, P. (1980). The optimal number of response alternatives for a scale: A review. *Journal of Marketing Research*, XVII, 407- 422.
- Erskine, H. (1975). The polls: Government role in Welfare. *Public Opinion Quarterly*, **39** (2), 257-274.
- Esbensen, F. & Menard, S. (1991). Interviewer related measurement error in attitudinal research: A nonexperimental study. *Quality & Quantity*, **25** 151-165.
- Fabbes, R. A. & Martin, C. L. (1991). Gender and age stereotypes of emotionality. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **17** (5), 532-540.
- Farley, J. (1975). A footnote to Hensley's hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, **39** (3), 371-372.
- Farr, R. M. & Moscovici, S. (Eds.): *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fasick, F. A. (1977). Some uses of untranscribed tape recordings in survey research. *Public Opinion Quarterly*, **41** (4), 549- 552.
- Fass, W. & Schumacher, G. M. (1981). Schema theory and prose retention: Boundary conditions for encoding and retrieval effects. *Discourse Processes*, **4**, 17-26.
- Feild, H. S. (1975). Effects of sex of investigator on mail survey response rates and

- response bias. *Journal of Applied Psychology*, **60**, (6), 772-773.
- Feldman, J. J.; Hyman, H. H. & Hart, C. W. (1951). Interviewer effects on the quality of survey data. *Public Opinion Quarterly*, **15**, 734-761.
- Ferber, M. A. & Birnbaum, B. G. (1979). Retrospective earnings data: Some solutions for old problems. *Public Opinion Quarterly*, **43** (1), 112-118.
- Ferber, R. & Wales, H. (1952). Detection and correction of interviewer bias. *Public Opinion Quarterly*, **16** (1), 107-127.
- Ferris, A. L. (1951). A note on stimulating response to questionnaires. *American Sociological Review*, **16** 247-249.
- Festinger, L. & Katz, D. (Eds.) (1979). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Paidós.
- Fetler, M. E. (1979). Methods for the analysis of two-party questions and answer dialogues. *Discourse Processes*, **2**, 127-144.
- Fetterman, D. M. (1990). *Ethnography: Step by step*. London: Sage.
- Fink, A. & Kosecoff, J. (1985). *How to conduct surveys*. London: Sage.
- Finkel, S. E.; Guterbock, T. M. & Borg, M. J. (1991). Race of interviewer effects in a preselection poll: Virginia 1989. *Public Opinion Quarterly*, **55** (3), 313-330.
- Fowler, F. J. (1984). *Survey research methods*. London: Sage.
- Fowler, F. J. (1992). How unclear terms affect survey data. *Public Opinion Quarterly*, **56** (2), 218-231.
- Fowler, F. J. & Mangione, W. T. (1990). *Standardized survey interviewing. Minimizing interviewer related error*. London: Sage.
- Fox, R. J.; Crask, M. R. & Kim, J. (1988). Mail survey response rate: A meta-analysis of selected techniques for inducing response. *Public Opinion Quarterly*, **52** (4), 467-491.
- Frable, D. (1989). Sex typing and gender ideology: two facets of the individual's gender psychology that go together. *Journal of Personality and Social Psychology*, **56** (1), 95-108.
- Francis, J. D. & Busch, L. (1975). What we know about "I don't know". *Public Opinion Quarterly*, **39** (2), 207-218.
- Fraser, C. (1994). Attitudes, social representations and widespread beliefs. *Papers on Social Representations*, **3** (1), 13-25
- Fraser, C. & Gaskell, G. (Eds.) (1990). *The social psychological study of widespread beliefs*. Oxford: Oxford University Press.
- Freeman, J. & Butler, E. W. (1976). Some sources of interviewer variance in surveys. *Public Opinion Quarterly*, **40** (1), 79-91.
- Freeman, J. L. & Fraser, S. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, **4**, 195-202.
- Frey, J. H. (1986). An experiment with a confidentiality reminder in a telephone survey. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 267-269.
- Futoran, G. & Wyer, S. (1986). The effects of traits and gender stereotypes on occupational suitability judgments and the recall of judgment relevant information. *Journal of Experimental Social Psychology*, **22**, 475-503.
- Gaito, J. (1980). Measurement scales and statistics: Resurgence of an old misconception. *Psychological Bulletin*, **87** (3), 564-567.

- Gauthier, B. (Ed.). (1987). *Recherche sociale: De la problématique à la collecte des données*. Québec. Press Université du Québec.
- Geer, J. G. (1988). What do open-ended questions measure?. *Public Opinion Quarterly*, **52** (3), 365-371.
- Geer, J. G. (1991). Do open-ended questions measure "salient" issues?. *Public Opinion Quarterly*, **55** (3), 360-370.
- Gentry, J. W. & Milliken, G. A. (1975). A comment on Wayne E. Hensley's "increasing response rate by choice of postage stamps". *Public Opinion Quarterly*, **39** (3), 369.
- Getzels, J. W. (1954). The question-answer process: A conceptualization and some derived hypothesis for empirical examination. *Public Opinion Quarterly*, **18** (1), 80-91.
- Ghiglione, R. (1982). Assertion, présuppositions, existence rhétorique et influence. *Recherche de Psychologie Sociale*, **4**, 11-23.
- Ghiglione, R. (1984a). Situations potentiellement communicatives et contrats de communications effectifs. *Verbum*, **VIII** 185-208.
- Ghiglione, R. (1984b). Contrats de communication, systèmes de communication. *Bulletin de Psychologie*, **XXXVII** (365), 544- 558.
- Ghiglione, R. (1986). *L'homme communiquant*. Paris: Armand Colin.
- Ghiglione, R. (1988). Enjeux et discours: le paradigme de la cohérence. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, **1** (3-4), 367-385.
- Ghiglione, R. & Bromberg, M. (1990). L'énonciateur dans l'énoncé: trois expériences. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, **3** (4), 591-619.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (1989). *Las encuestas sociológicas: Teorías y práctica*. México: Trillas.
- Ghiglione, R.; Dorna, A. & Bromberg, M. (1984). Dire pour persuader: de la rhétorique à la psychologie sociale. *Bulletin de Psychologie*, **XXXVII** (365), 591-601.
- Gibbs, R. W. (1979). Contextual effects in understanding indirect requests. *Discourse Processes*, **2**, 1-10.
- Gibbs, R. W. (1981). Your wish is my command: Convention and context in interpreting indirect requests. *Journal of Learning and Verbal Behavior*, **20**, 431-444.
- Gibbs, R. W. (1983). Do people always process the literal meanings of indirect requests?. *Journal of Experimental Psychology*, **9** (3), 524-533.
- Giddens, A. (1986). Action, subjectivity, and the constitution of meaning. *Social Research*, **53** (3), 529-545.
- Giele, J. Z. (1988). Gender and sex roles. En N. J. Smelser (Ed.). *Handbook of sociology*. Newbury Park: Sage, 291-323
- Gitek, B. A. (1978). On the accuracy of retrospective attitudinal data. *Public Opinion Quarterly*, **42** (3), 390-401.
- Godelier, M. (1978). Pouvoir et langage. *Communications*, **28** 21- 27.
- Gorden, R. L. (1956). Dimensions of the depth interview. *American Journal of Sociology*, **62**, (2), 158-164.
- Gorden, R. L. (1975). *Interviewing: Strategy, techniques and tactics*. Illinois: Dorsey

- Press.
- Goudy, W. J. & Potter, H. R. (1975). Interviewer rapport: Demise of a concept. *Public Opinion Quarterly*, **39** (4), 529-543.
- Goyder, J. (1985). Face to face interviews and mailed questionnaires: The net difference in response rate. *Public Opinion Quarterly*, **49** (2), 234-252.
- Goyder, J. (1986). Surveys on surveys: Limitations and potencialities. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 27-41.
- Graesser, A. & Hackett-renner, C. (1990). Question answering in the context of telephone surveys, busines interactions, and interviews. *Discourse Processes*, **13**, 327-348.
- Green, E. P. & Rao, R. V. (1970). Ratin scales and information recovery. How many scales and response categories to use?. *Journal of Marketing*, **34**, 33-39.
- Greenleaf, E. A. (1992). Measuring extreme response style. *Public Opinion Quarterly*, **56** (3), 328-351.
- Gremy, J. P. (1981). *L'analyse formelle des questionnaires d'enquête*. L'Anée Sociologique, **31**, 187-221
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. En: P. Cole & J. L. Morgan (Eds.) *Syntax and semantic* (pp. 57-72). New York: Academic Press.
- Groves, R. M. (1979). Actors and questions in telephone and personal interview surveys. *Public Opinion Quarterly*, **43**, (2), 190-205.
- Groves, R. M. (1987). Research on survey data quality. *Public Opinion Quarterly*, **51** (4), 156-S172.
- Groves, R. M. (1989). *Survey errors and survey costs*. New York: Willey.
- Groves, R. M. & Fultz, N. H. (1985). Gender effects among telephone interviewers in a survey of economic attitudes. *Sociological Methods & Research*, **14** (1), 31-52.
- Groves, R. M. & Kahn, R. L. (1979). *Surveys by telephone*. New York: Academic Press.
- Groves, R. M. & Magilavy, L. J. (1980). Estimates of interviewer variance in telephone surveys. *Proceedings of survey research, Methods section. American Statistical Association*. 622-627.
- Groves, R. M. & Magilavy, L. J. (1981). Increasing response rates to telephone surveys: A door in the face for foot in the door?. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 346-358.
- Groves, R. M. & Magilavy, L. J. (1986). Measuring and explaining interviewer effects in centralized telephone surveys. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 251-266.
- Groves, R. M. & Mathiowetz, N. A. (1984). Computer assisted telephone interviewing: Effects on interviewers and respondents. *Public Opinion Quarterly*, **48** (1B), 356-369.
- Groves, R. M.; Cialdini, R. B. & Couper, M. P. (1992). Understanding the decision to participate in a survey. *Public Opinion Quarterly*, **56** (4), 475-495.
- Guespin, L. (1984). Interaction verbale et catégorisation dans l'entretien: sur une enquête sociologique à Louviers. *Langages*, **74**, 47-91.
- Guest, L. (1954). A new training method for opinion interviewers. *Public Opinion Quarterly*, **18** (3), 287-299.
- Gurevitch, L. D. (1988). The other side of dialogue: On making the other strange and

- the experience of otherness. *American Journal of Sociology*, **93** (5), 1179-1199.
- Hanson, R. H. & Marck, E. S. (1980). Influence of the interviewer on the accuracy of survey results. *Journal of the American Statistical Association*, **53**, 635-655.
- Harkess, S. & Warren, A. C. (1993). The social relations of intensive interviewing: Constellations of strangeness and science. *Sociological Methods & Research*, **21** (3), 317-339.
- Hatchett, S. & Schuman, H. (1975). White respondents and race of interviewer effects. *Public Opinion Quarterly*, **39** (4), 523- 528.
- Hayes, D. P. (1964). Item order and Guttman scales. *American Journal of Sociology*, **70** (1), 51-58.
- Hildum, D. C & Brown, R. W. (1956). Verbal reinforcement and interviewer bias. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **53**, 108-111.
- Heberlein, T. A. & Baumgartner, R. (1978). Factors affecting response rates to mailed questionnaires: A quantitative analysis of the published literature. *American Sociological Review*, **43** (4), 447-462.
- Hendrick, C. (1988). Roles and gender in relationships. En: S. Duck (Ed.). *Handbook of personal relationships*. Chichester, Wiley
- Henley, J. R. (1976). Response rate to mail questionnaires with a return deadline. *Public Opinion Quarterly*, **40** (3), 374- 375.
- Hensley, W. E. (1974). Increasing response rate by choice of postage stamps. *Public Opinion Quarterly*, **38**, 280-283.
- Hensley, W. E. (1975). Reply by Wayne E. Hensley. *Public Opinion Quarterly*, **39** (3), 370-371.
- Herzog, A. R. & Bachman, J. G. (1981). Effects of questionnaire length on response quality. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 549-559.
- Hergoz, A. R. & Rodgers, W. L. (1988). Interviewing older adults: Mode comparison using data from a face to face and a telephone resurvey. *Public Opinion Quarterly*, **52** (1), 84- 99.
- Herzog, A. R.; Rodgers, W. L. & Kulka, R. A. (1983). Interviewing older adults: A comparison of telephone and face to face modalities. *Public Opinion Quarterly*, **47**, 405-418.
- Hillery, J. M. & Wexley, K. N. (1974). Participation effects in appraisal interviews conducted in a training situation. *Journal of Applied Psychology*, **59** (2), 168-171.
- Himmelfarb, S. & Edgell, S. E. (1980). Additive constants model: A randomized response technique for eliminating evasiveness to quantitative response questions. *Psychological Bulletin*, **87** (3), 525-530.
- Himmelfarb, S. & Lickteig, C. (1982). Social desirability and the randomized response technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, **43** (4), 710-717.
- Hinrichs, J. R. (1975). Factors related to survey response rates: Effects of sampling follow-up letters, and commitment to participation on mail attitude survey response. *Journal of Applied Psychology*, **60** (2), 249-251.
- Hintikka, J. (1981). Questions de réponses et bien d'autres questions encore. *Langue Française*, **52** 56-69.
- Hippler, H. J. & Schwartz, N. (1986). Not forbidding isn't allowing: The cognitive

- basis of the forbid-allow asymmetry. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 87-96.
- Hobbs, J. R. & Robinson, J. J. (1979). Why ask?. *Discourse Processes*, **2**, 311-318.
- Hochstim, J.R. (1967). A critical comparison of three strategies of collecting data from households. *Journal of the American Statistical Association*. **71**, 269-275.
- Hoofman, C. & Hurst, N. (1990). Gender stereotypes. Perception or razionalization?. *Journal of Personality and Social Psychology*, **58** (2), 197-208.
- Hoffman, N. V. & Cassidy, S. W. (1956). Interviewing negro pentecostals. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 195- 197.
- Hui, C. H. & Triandis, H. C. (1985). The instability of response sets. *Public Opinion Quarterly*, **49** (2), 253-260.
- Hyman, H. H. (1954). *Interviewing in social research*. Chicago. Chicago University Press.
- Jakobi, J. M.; Blanchet, a. & Bromberg, M. (1988). Les effets du focus intonantif dans les réitérations référencielles en situation d'entretien de recherche. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, **1** (3-4), 347-363.
- Jakobi, J. M.; Blanchet, A. & Le Nouvel, B. G. (1990). Quatre formes d'interrogation propositionnelle dans l'entretien de recherche. *Psychologie Française*, **35** (3), 207-215.
- Javeau, C. (1988). *L'enquête par questionnaire*. Paris: Editions d'Organisation.
- Jick, T. (1983). Mixing qualitative and quantitative methods: ttriangulation in action. En: J. V. Maanen (Ed.) *Qualitative methodology*. London: Sage, pp. 135-148
- Jodelet, D. (1984).The representation of the body and its transformations. En: R. M. Farr & S. Moscovici (Eds.): *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press, 211-238.
- Jodelet, D. (Dir.) (1989). *Les repréntations sociales*. Paris: PUF.
- Johnson, D. J. (1981). Effects of the order of presentation of evaluative dimensions for bipolar scales in four societies. *Journal of Social Psychology*, **113**, 21-27.
- Johnson, W. R. & Sieveking, N. A. (1974). Effects of alternative positioning of open-ended questions in multiple choice questionnaires. *Journal of Applied Psychology*, **59** (6), 776- 778.
- Johnson, W. T. & Delamater, J. D. (1976). Response effects in sex surveys: *Public Opinion Quarterly*, **40** (2), 165-181.
- Jones, W. H. (1979). Generalizing mail survey inducement methods: Population interactions with anonymity and sponsorship. *Public Opinion Quarterly*, **43** (1), 102-111.
- Jordan, L. A.; Marcus, A. C. & Reeder, L. G. (1980). Response styles in telephone and household interviewing: A field experiment. *Public Opinion Quarterly*, **44** (2), 210-222.
- Judd, C. M.; Smith, E. R. & Kidder, L. H. (1991). *Research methods in social relations*. Fort Worth: Rinehart-Winston.
- Jussaume, R. A. & Yamada, Y. (1990). A comparison of the viability of mail surveys in Japan and the United States. *Public Opinion Quarterly*, **54** (2), 219-228.
- Kahn, R. & Cannell, C. F. (1958). *Dynamics of interviewing*. New York: John Willey.
- Kalton, G. & Schuman, H. (1982). The effect of the questions on survey responses: A review. *Journal of Royal Statistic Society. Series A*, **145**, 42-57.

- Kalton, G.; Collins, M. & Brook, L. (1978). Experiments in wording opinion questions. *Applied Statistics*, **27** (2), 149- 161.
- Kandel, L. (1972). Réflexion sur l'usage de l'entretien, notamment non directif et sur les études d'opinion. *Epistemologie Sociologique*, **13**, 25-46.
- Kane, E. & Schuman, H. (1991). Open survey questions as measures of personal concern with issues: A reanalysis of stouffers's communism, conformity, and civil liberties. En: P. V. Marsden (Ed.): *Sociological Methodology* (pp. 81-96). Oxford. Basil Blackwell.
- Katz, D. (1942). Do interviewers bias poll results?. *Public Opinion Quarterly*, **6**, 248-268.
- Katz, P. A.; Silver, L. & Coultier, D. K. (1990). Gender processing and person perception. *Social Cognition*, **8** (2), 186-202.
- Kelsall, R. K.; Poole, A. & Kuhn, A. (1972). The questionnaire in a sociological research project. *British Journal of Sociology*, **23** (3), 344-357.
- Kiesler, S. & Sproull, L. S. (1986). Response effects in the electronic survey. *Public Opinion Quarterly*, **50** (3), 402- 413.
- Kisch, L. (1962). Studies of interviewer variance for attitudinal variables. *Journal of the American Statistical Association*, **57** (297), 92-115.
- Klecka, W. R. & Tuchfarber, A. J. (1978). Random digit dialing: A comparison to personal surveys. *Public Opinion Quarterly*, **42** (1), 105-114.
- Knudsen, D. D.; Pope, H. & Irish, D. P. (1967). Response differences to questions on sexual standards an interview questionnaire comparison. *Public Opinion Quarterly*, **31** (2), 290-297.
- Komorita, S. S. & Purpose, A. (1963). Attitude content, intensity, and the neutral point on a Likert scale. *Journal of Social Psychology*, **61**, 327-334.
- Kornhauser, A. & Sheatsley, B. P. (1959). Questionnaire construction and interview procedure. En: C. Selltz, M. Jahoda; M. Deutsch . & S. Cook (Eds.) *Research methods in social relations*. New York: Rinehart- Winstion.
- Krahe, B. (1989). Sex-Rol orientation and memory for gender-related terms: Another uncertain link. *British Journal of Social Psychology*, **28**, 327-340.
- Krasner, L. (1958). Studies of the conditioning of verbal behavior. *Psychological Bulletin*, **55** (3), 148-170.
- Kraut, A. I.; Wolfson, A. D. & Rothenberg, A. (1975). Some effects of position on opinion survey items. *Journal of Applied Psychology*, **60** (6), 774-776.
- Krosnick, J. A. (1989). The pools: A review. *Public Opinion Quarterly*, **53** (1), 107-113.
- Krosnick, J. A. & Alwin, D. F. (1987). An evaluation of a cognitive theory of response-order effects in survey measurement. *Public Opinion Quarterly*, **51** (2), 201-219.
- Krosnick, J. A. & Schuman, H. (1988). Attitude intensity, importance, and certainty and susceptibility to response effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, **54** (6), 940-952.
- Kruglanski, A. W. & Mayselless, O. (1988). Contextual effects in hypothesis testing: The role of competing alternatives and epistemic motivations. *Social Cognition*, **6** (1), 1-20.

- Lafleur, M. & Alain, M. (1992). Modification du schema de genre. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, **14**, 9-18
- Lamnek, S. (1988). *Qualitative zocialforschung, Vol. I*. München: Psychologie Verlags Union
- Landy, F. I. & Bates, F. (1973). The noneffect of three variables on mail survey response rate. *Journal of Applied Psychology*, **58** (1), 147-148.
- Langley, P. (1987). *Doing social research*. Oxford: Causeway.
- Larsen, R. & Seidman, E. (1986). Gender schema theory and sex role inventories: Some conceptual and psychometric considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, **50**, 205-211.
- Lau, R. R.; Sears, D. O. & Centers, R. (1979). The "positivity bias" in evaluations of public figures: Evidence against instrument artifacts. *Public Opinion Quarterly*, **43** (2), 347-358.
- Layne, B. H. & Thompson, D. N. (1981). Questionnaire page length and return rate. *Journal of Social Psychology*, **113**, 291-292.
- Lazarsfeld, P. F. (1944). The controversy over detailed interviews: an offer for negotiation. *Public Opinion Quarterly*, **8**, 38- 60.
- Lebart, L. & Salem, A. (1988). *Analyse de donnees textuelles. Questions ouvertes et lexicométrie*. Paris: Bordas.
- Leigh, J. & Martin, C. L. (1987). "Don't know" item nonresponse in a telephone survey: Effects of question form and respondent characteristics. *Journal of Marketing Research*, **XXIV**, 418- 424.
- Lenski, G. E. & Leggett, J. C. (1960). Caste, class, and deference in the research interview. *American Journal of Sociology*, **65**, 463-467.
- Lerner, D. (1956). Interviewing frenchmen. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 187-194.
- Levit, D. B. (1991). Gender differences in ego defenses in adolescence: Sex rol as one way to understand the differences. *Journal of Personality and Social Psychology*, **61** (6), 992-999.
- Levy, E. T. & Mcneil, D. (1992). Speech, gesture, and discourse. *Discourse Processes*, **15**, 277-301.
- Leyens, J. P. (1989). Another look at confirmatory strategies during a real interview. *European Journal of Social Psychology*, **19**, 255-262.
- Leznóff, M. (1956). Interviewing homosexuals. *American Journal of Sociology*, **62**, (2), 202-204.
- Linsky, A. S. (1975). Stimulating responses to mailed questionnaires: A review. *Public Opinion Quarterly*, **39** (1), 82-101.
- Litwak, E. (1956). A classification of biased questions. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 182-186.
- Livson, F. B. (1983). Gender identity: a life span view of sex-role development. En: B. Ruth (Ed.). *Sexuality in the later years*. New York: Academic Press.
- Lloyd, B. (1990). Las representaciones sociales del género. En J. Bruner & H. Haste (Eds.). *La elaboración del sentido*. Barcelona: Paidós.
- Locander, W.; Sudman, S. & Bradburn, N. (1976). An investigation of interview method, threat and response distorsion. *Journal of the American Statistical*

- Association*, 71 (354), 269-275.
- Loftus, E. F.; Klinger, M. R.; Smith, K. D. & Fiedler, J. (1990). A tale of two questions: Benefits of asking more than one question. *Public Opinion Quarterly*, 54 (3), 330-345.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1991). Self-stereotyping and Self-enhancement in gender groups. *European Journal of Social Psychology*, 21, 403-417.
- Maitre, J. (1975). Sociologie de l'idéologie et entretien non directif. *Revue Française de Sociologie*, XVI, 248-256.
- Malvin, J. H. & Moskowitz, J. M. (1983). Anonymous versus identifiable self-reports of adolescent drug attitudes, intentions, and use. *Public Opinion Quarterly*, 47, 557-566.
- Markus, H.; Crane, M.; Berstein, S. & Siladi, M. (1982). *Self-schemas and gender*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42 (2), 224-253.
- Martin, E.; Demaio, T. J. & Campanelli, P. C. (1990). Context effects for census measures of race and hispanic origin. *Public Opinion Quarterly*, 54 (4), 551-566.
- Matalon, B. (1981). La psychologie et l'explication des faits sociaux. I.- Problèmes épistémologiques. *L'Année Sociologique*, 31, 125-185.
- Matell, m. S. & jacoby, J. (1972). Is there an optimal number of alternatives for Likert-scale items?: Effects of tessting time and scale properties. *Journal of Applied Psychology*, 56 (6), 506-509.
- McClendon, Mc. J. (1986). Response order effects for dichotomous questions. *Social Science Quarterly*, 67, 205-211.
- McClendon, Mc. J. (1991). Acquiescence and recency response order. Effects in interview surveys. *Sociological Methods & Research*, 20 (1), 60-103.
- McClendon, Mc. J. & O'Brien, D. J. (1988). Question-order effects on the determinants of subjective well-being. *Public Opinion Quarterly*, 52 (3), 351-364.
- McConaghy, M. J. (1975). Maximum possible error in Guttman scales. *Public Opinion Quarterly*, 39 (3), 343-357.
- McCracken, G. (1988). *The long interview*. London: Sage.
- McDonagh, E. C. & Rosenblum, L. A. (1965). A comparison of mailed questionnaires and subsequent structured interviews. *Public Opinion Quarterly*, 29 (1), 131-136.
- McFarland, S. G. (1981). Effects of question order on survey responses. *Public Opinion Quarterly*, 45, 208-215.
- McNemar, Q. (1946). Opinion-attitude methodology. *Psychological Bulletin*, 43 (4), 289-374.
- Meertens, W. R.; Koomen, W.; Delpout, A. P. & Hager, G. A. (1984). Effects hypothesis and assigned task on question selection strategies. *European Journal of Social Psychology*, 14, 369-378.
- Mellinger, G. D.; Huffine, C. L. & Balter, M. B. (1982). Assessing comprehension in a survey of public reactions to complex issues. *Public Opinion Quarterly*, 46, 97-109.
- Menezes, D. & Elbert, F. N. (1979). Alternative semantic scaling formats for measuring store image: An evaluation. *Journal of Marketing Research*, XVI, 80-87.
- Merton, R. K. (1987). The focussed interview and focus groups: Continuities and

- discontinuities. *Public Opinion Quarterly*, **51** (4), 550-566.
- Metzner, H. & Mann, F. (1953). Effects of grouping related questions in questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **17** (1), 136-141.
- Michelat, G. (1975). Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie. *Revue Française de Sociologie*, **XVI**, 229-247.
- Michell, J. (1986). Measurement scales and statistics: A clash of paradigms. *Psychological Bulletin*, **100** (3), 398-407.
- Miller, D. A. (1991). *Handbook of research design and social measurement*. Newsbury Park. Sage
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, **63** (2), 81-97.
- Miller, P. V. (1984). Alternative questions forms for attitude scale questions in telephone interviews. *Public Opinion Quarterly*, **48** (4), 766-778.
- Miller, P. V. & Cannell, Ch. F. (1982). A study of experimental techniques for telephone interviewing. *Public Opinion Quarterly*, **46**, 250-269.
- Mishler, E.G. (1986). *Research interviewing. Context and narrative*. Cambridge: Harvard University Press.
- Montgomery, A. C. & Crittenden, K. S. (1977). Improving coding reliability for open-ended questions. *Public Opinion Quarterly*, **41**, (2), 235-243.
- Moore, H. L. (1990). *Feminism and antropology*. Minnesota: The University of Minnesota Press.
- Moore, L. F. & Lee, A. J. (1974). Comparability of interviewer, group, and individual interview ratings. *Journal of Applied Psychology*, **59** (2), 163-167.
- Morales, J. F. Reboloso, E. & Moya, M.(1994). Actitudes. En: F. Morales (Co.). *Psicología social*. Barcelona: McGraw-Hill, 495-524.
- Mostyn, B. (1985). The content analysis of qualitative research data: a dynamic approach. En: M. Brenner; J. Brown & D. Canter (Eds.) *The research interview: Uses and approaches* (pp. 115-146). London: Academic Press.
- Nakamura, Ch. Y. (1959). Salience of norms and order of questionnaire items: Their effect on responses to the items. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **59**, 139-142.
- Neumann, E. N. (1970). Wanted: Rules for wording structured questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **34** (2), 191-201.
- New, P. K. (1956). The personal identification of the interviewer. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 213-214.
- Nisbett, R. E. & Wilson, T. D. (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological Review*, **84** (3), 231-259.
- Nunnally, J. C. (1987). *Teoría psicométrica*. México: Trillas.
- O'Neil, M. J. (1979). Estimating the nonresponse bias due to refusals in telephone surveys. *Public Opinion Quarterly*, **43** (2), 218-232.
- Oksenberg, L.; Coleman, L. & Cannell, Ch. F. (1986). Interviewers' voices and refusal rates in telephone surveys. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 97-111.
- Payne, S. L. (1950). Respondents or contestants by mail. *Public Opinion Quarterly*, **14**, 550.
- Payne, S. L. (1950). Thoughts about meaningless questions. *Public Opinion Quarterly*,

- 14 (4), 687-696.
- Payne, S. L. (1951). *The art of asking questions*. Princeton: Princeton University Press.
- Pennington, D. C. (1987). Confirmatory hypothesis testing in face to face interaction: An empirical refutation. *British Journal of Social Psychology*, **26**, 225-235.
- Perreault, W. (1975). Controlling order-effect bias. *Public Opinion Quarterly*, **39** (4), 544-551.
- Perry, P. (1979). Certain problems in election survey methodology. *Public Opinion Quarterly*, **43** (3), 312-325.
- Peterson, R. A. (1984). Asking the age question: A research note. *Public Opinion Quarterly*, **48** (1B), 379-383.
- Petty, R. E.; Rennie, G. A. & Cacioppo, J. T. (1987). Assertion versus interrogation format in opinion surveys: Questions enhance thoughtful responding. *Public Opinion Quarterly*, **51** (4), 481-494.
- Phillips, D. L. & Clancy, K. J. (1972). Some effects of "social desirability" in survey studies. *American Journal of Sociology*, **77** (5), 921-940.
- Pithon, G. (1990). Evaluer diverses formations à l'entretien de reformulation. *Psychologie Française*, **35** (3), 237-251.
- Platt, J. (1972). Survey data and social policy. *British Journal of Sociology*, **23** (1), 77-92.
- Pliner, P.; Hart, H.; Khol, J. & Saari, D. (1974). Compliance without pressure: Some further data on the foot-in-the-door technique. *Journal of Experimental Social Psychology*, **10**, 17-22.
- Poe, G. S.; Seeman, I.; McLaughlin, J.; Mehl, E. & Dietz, M. (1988). "Don't know" boxes in factual questions in a mail questionnaire: Effects on level and quality of response. *Public Opinion Quarterly*, **52** (2), 212-222.
- Pol, L. G. (1992). A method to increase response when external interference and time constraints reduce interview quality. *Public Opinion Quarterly*, **56** (3), 356-359.
- Potter, J. & Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology: Beyond attitude and behaviour*. London: Sage.
- Powers, E. A.; Morrow, P.; Goudy, W. J. & Keith, P. (1977). Serial order preference in survey research. *Public Opinion Quarterly*, **41** (1), 80-85.
- Pratkanis, A. R.; Brecler, S. J. & Greenwald, A. G. (Eds.) (1989). *Attitude structure and function*. Hillsdale: Erlbaum.
- Presser, S. (1984). Is inaccuracy on factual survey items item-specific or respondent-specific?. *Public Opinion Quarterly*, **48** (1B), 344-355.
- Presser, S. & Schuman, H. (1980). The measurement of middle position in attitude surveys. *Public Opinion Quarterly*, **44** (1), 70-85.
- Presser, S. & Zhao, S. (1992). Attributes of questions and interviewers as correlates of interviewing performance. *Public Opinion Quarterly*, **56** (2), 236-240.
- Price, V. (1989). Social identification and public opinion: Effects of communicating group conflict. *Public Opinion Quarterly*, **53** (2), 197-224.
- Rajecki, D. W. (1982). *Attitudes: Themes and advances*. Sunderland, M.A.: Sinauer.
- Rasmussen, L. J. (1989). Analysis of Likert scale data: A reinterpretation of Gregoire and Driver. *Psychological Bulletin*, **105** (1), 167-170.

- Reese, S. D.; Danielson, W. A.; Shoemaker, P. J.; Chang, T.K. & Hsu, H.L. (1986). Ethnicity of interviewer effects among mexican-americans and anglos. *Public Opinion Quarterly*, **50** (4), 563-572.
- Reinecke, J. & Schmidt, P. (1993). Explaining interviewer effects and respondent behavior: Theoretical models and empirical analysis. *Quality & Quantity*, **27**, 219-247.
- Richardson, S. A.; Dohrenwend, B. S. & Klein, D. (1965). *Interviewing: Its forms and functions*. New York: Basic Books.
- Riecken, H. W. (1956). The unidentified interviewer. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 210-212.
- Roberts, R. E.; McCrory, O. F. & Forthofer, R. N. (1878). Further evidence on using a deadline to stimulate responses to a mail survey. *Public Opinion Quarterly*, **42** (3), 407-410.
- Rogers, C. R. (1945). The nondirective method as a technique for social research. *American Journal of Sociology*, **50** (4), 279-283.
- Rogers, C. R. (1972). *El proceso de convertirse en persona*. Barcelona: Paidós.
- Rogers, T. F. (1976). Interviews by telephone and in person: Quality of responses and field performance. *Public Opinion Quarterly*, **40** (1), 51-65.
- Rossi, P. H.; Wright, J. D. & Anderson, A. B. (Eds.) (1983). *Handbook of survey research*. Orlando: Academic Press.
- Rugg, D. (1941). Experiments in wording questions II. *Public Opinion Quarterly*, **5**, 91-92.
- Rugg, D. & cantril, H. (1944). The wording of questions. En: H. Cantril (Ed.) *Gauging public opinion* (pp. 23-50). Princeton: Princeton University Press.
- Salzinger, K. & Pisoni, S. (1960). Reinforcement of verbal affect responses of normal subjects during an interview. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **60** 127-130.
- Sanchez, M. E. (1992). Effects of questionnaire design on the quality of survey data. *Public Opinion Quarterly*, **56** (2), 206-217.
- Sanchez, M. E. & Morchio, G. (1992). Probing "don't know" answers: Effects on survey estimates and variable relationships. *Public Opinion Quarterly*, **56** (4), 454-474.
- Schaeffer, N. C. (1991). Hardly ever or constantly? Group comparisons using vague quantifiers. *Public Opinion Quarterly*, **55** (3), 395-423.
- Schaeffer, N. C.; Seltzer, A. J. & Kalwiter, M. (1991). Estimating nonresponse and response bias. *Sociological Methods & Research*, **20** (1), 30-59.
- Schleifer, S. (1986). Trends in attitudes toward and participation in survey research. *Public Opinion Quarterly*, **50** (1), 17-26.
- Schuman, H. (1982). Artifacts are in the mind of the beholder. *American Sociologist*, **17**, 21-28.
- Schuman, H. & Converse, J. M. (1971). The effects of black and white interviewers on black response in 1968. *Public Opinion Quarterly*, **35** (1), 44-68.
- Schuman, H. & Ludwig, J. (1983). The norm of even handedness in surveys as in life. *American Sociological Review*, **48** 112- 120.

- Schuman, H. & Presser, S. (1977). Attitude measurement and the gun control paradox. *Public Opinion Quarterly*, **41** (4), 427-438.
- Schuman, H. & Presser, S. (1978). Question wording as an independent variable in survey analysis. *Sociological Methods and Research*, **6**, 151-170.
- Schuman, H. & Presser, S. (1979). *The open and closed question*. *American Sociological Review*, **44**, 692-712.
- Schuman, H. & Presser, S. (1979). The assessment of "no opinion" in attitude surveys. En: K. F. Schuessler (Ed.). *Sociological Methodology*. San Francisco. Jossey-Bass.
- Schuman, H. & Presser, S. (1980). Public opinion and public ignorance: The fine line between attitudes and nonattitudes. *American Journal of Sociology*, **85** (5), 1214-1225.
- Schuman, H. & Presser, S. (1981). *Questions and answers in attitude surveys: Experiments in question form, wording, and context*. New York: Academic Press.
- Schuman, H. & Scott, J. (1989). Response effects over time: Two experiments. *Sociological Methods & Research*, **17** (4), 398-408.
- Schuman, H.; Kalton, G. & Ludwig, J. (1983). Context and contiguity in survey questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **47**, 112-115.
- Schuman, H.; Presser, S. & Ludwig, J. (1981). Context effects on survey responses to questions about abortion. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 216-223.
- Schwarz, N. & Bienias, J. (1990). What mediates the impact of response alternatives on frequency reports of mundane behaviors?. *Applied Cognitive Psychology*, **4** (1), 61-72.
- Schwartz, N. & Scheuring, B. (1988). Judgements of relationship satisfaction: Inter and intraindividual comparison as a function of questionnaire structure. *European Journal of Social Psychology*, **18**, 485-496.
- Schwartz, S. P.; McMorris, R. F. & DeMers, L. P. (1991). Reasons for changing answers: An evaluation using personal interviews. *Journal of Educational Measurement*, **28** (2), 163-171.
- Schwartz, N.; Strack, F. & Mai, H. (1991). Assimilation and contrast effects in part-whole question sequences: A conversational logic analysis. *Public Opinion Quarterly*, **55** (1), 3-23.
- Schwartz, N.; Knaüper, B.; Hippler, H. J. Noelle-Neumann, E. & Clark, L. (1991). Rating scales: Numeric values may change the meaning of scales labels. *Public Opinion Quarterly*, **55** (4), 570-582.
- Schwartz, N.; Hippler, H. J.; Deutsch, B. & Strack, F. (1985). Response scales: Effects of category range on reported behavior and comparative judgments. *Public Opinion Quarterly*, **49** (3), 388-395.
- Selltz, C.; Jahoda, M.; Deutsch, M. & Cook, S. (1959). *Research methods in social relations*. New York: Rinehart-Winston.
- Shanks, J. M.; Nichols, W. & Freeman, H. (1981). The California Disability Study: design and execution of a computer assisted telephone survey. *Sociological Methods and Research*. **10**, 123-140.

- Shanon, B. (1983). Answers to where-questions. *Discourse Processes*, **6**, 319-352.
- Shapiro, M. J. (1970). Discovering interviewer bias in open-ended survey responses. *Public Opinion Quarterly*, **34** (3), 412-415.
- Sharp, L. M. & Frankel, J. (1983). Respondent burden: A test of some common assumptions. *Public Opinion Quarterly*, **47**, 36-53.
- Sheastley, P. D. (1950). An analysis of interviewer characteristics and their relationship to performance. *International Journal of Opinion and Attitude Research*, **4**, 487.
- Shields, S. A. (1991). Gender in the psychology of emotion: A selective research review. En: K. T. Strongman (Ed.). *International review of studies on emotion, Vol I*. Chichester: Wiley.
- Showalter, E. (1989). *Speaking of gender*. New York: Routledge.
- Sieber, S. D. (1973). The integration of fieldwork and survey methods. *American Journal of Sociology*, **78** (6), 1335-1359.
- Siemictyck, J. (1979). A comparison of mail, telephone and home interview strategies for household health surveys. *American Journal of Public Health*, **69**, 238-245.
- Sigelman, L. (1981). Question order effects on presidential popularity. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 199-207.
- Simonot, M. (1980). Entretien non-directif, entretien non-prestructuré: pour une validation méthodologique et une formalisation pédagogique. *Bulletin de Psychologie*, **XXXIII** (343), 155-164.
- Singer, E. & Aguirre, L. K. (1979). Interviewer expectation effects: A replication and extension. *Public Opinion Quarterly*, **43** (2), 245-260.
- Singer, E.; Frankel, M. R. & Glassman, M. B. (1983). The effect of interviewer characteristics and expectation on response. *Public Opinion Quarterly*, **47**, 68-83.
- Sjoberg, G. (1954). A questionnaire on questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, **18** (4), 423-427.
- Slocum, W. L.; Empey, L. T. & Swanson, H. S. (1956). Increasing response to questionnaires and structured interviews. *American Sociological Review*, **21**, 221-225.
- Smith, E. R. (1989). *The unchanging american voter*. Berkeley: University of California Press.
- Smith, H. L. & Hyman, H. (1950). The biasing effect of interviewer expectations on survey results. *Public Opinion Quarterly*, **14** (3), 491-506.
- Smith, T. W. (1978). In search of house effects: A comparison of responses to various questions by different survey organizations. *Public Opinion Quarterly*, **42** (4), 443-463.
- Smith, T. W. (1979). Happiness time trends, seasonal variations, intersurvey differences, and other mysteries. *Social Psychology Quarterly*, **42**, 18-30.
- Smith, T. W. (1984). Recalling attitudes: An analysis of retrospective questions on the 1982 GSS. *Public Opinion Quarterly*, **48** (3), 639-649.
- Smith, T. W. (1981). Qualifications to generalized absolutes: "Approval of hitting" questions on the GSS. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 224-230.
- Smith, T. W. (1987). The art of asking questions, 1936-1985. *Public Opinion Quarterly*, **51** (4), S95-S108.
- Smith, T. W. (1992). Changing racial labels: From "colored" to "negro" to "black" to

- "african american". *Public Opinion Quarterly*, **56** (4), 496-514.
- Snyder, M. & Swann, B. W. (1978). Hypothesis testing processes in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, **36** (11), 1202-1212.
- Snyder, M. L. & Cunningham, M. R. (1975). To comply or not to comply: Testing the self-perception explanation of the foot-in-the-door phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology*, **31**, 64-67.
- Sobal, J. (1984). The content of survey introductions and the provision of informed consent. *Public Opinion Quarterly*, **48** (4), 788-793.
- Spence, J. T. & Helmreich, R. L. (1981). Androgyny versus gender schema: A comment on Bem's gender schema theory. *Psychological Review*, **88**, 365-368.
- Sperber, D & Wilson, D. (1982). Mutual knowledge and relevance in theories of comprehension. En: N. V. Smith (Ed.) *Mutual knowledge*. London: Academic Press.
- Stanga, J. E. & Sheffied, J. F. (1987). The myth of zero partisanship: attitudes toward american political parties. *American Journal of Political Science*. **31**, 829-855.
- Stanton, H.; Back, K. W. & Litwac, E. (1956). Role playing in survey research. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 172-176.
- Stebbins, R. A. (1972). The unstructured research interview as an incipient interpersonal relationship. *Sociology and Social Research*, **56** (2), 164-177.
- Stinchcombe, A. L.; Jones, C. & Sheatsley, P. (1981). Nonresponse bias for attitude questions. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 359-375.
- Stock, J. S. & Hochstim, J. R. (1951). A method of measuring interviewer variability. *Public Opinion Quarterly*. **15**, 322- 334.
- Stolcke, V. (1992). ¿Es el sexo para el género como la raza para la etnicidad?. *Mientras Tanto*, **48**, pp. 87-113.
- Stouffer, S. A. & DeVinney, L. C. (1949). How personal adjustment varied in the army by background characteristics of soldiers. En: S. A. Stouffer; E. A. Suchman; L. C. DeVinney; S. A. Star & R. M. Willians (Eds.) *The american soldier: adjustment during army life*. Princeton. Princeton University Press.
- Strack, F. & Martin, L. L. (1987). Thinking, judging and communicating: a process account of context effects in attitude surveys. En: H. J. Hippler; N. Schwartz & S. Sudman (Eds.) *Social information processing and survey methodology* (pp. 123-148). New York, Springer-Verlag.
- Stycos, J. M. (1952). Interviewer training in another culture. *Public Opinion Quarterly*, **16** (2), 236-246.
- Suchman, L. & Jordan, B. (1990). Interactional troubles in face to face survey interviews. *American Statistical Association*, **85** (409), 232-241.
- Sudman, S.; Blair, E.; Bradburn, N & Stocking, C. (1977). Estimates of threatening behavior based on reports of friends. *Public Opinion Quarterly*, **41** (2), 261-264.
- Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1974). *Response effects in surveys: A review and synthesis*. Chicago: Aldine.
- Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1982). *Asking Questions*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sudman, S.; Bradburn, N. M.; Blair, E. & Stocking, C. (1978). Modest expectations: the effects of interviewers' prior expectation on responses. En: D. F. Alwin. (Ed.) *Survey design and analysis: Current issues* (pp. 47-58). London: Sage.

- Sudman, S.; Finn, A. & Lannom, L. (1984). The use of bounded recall procedures in single interviews. *Public Opinion Quarterly*, **48** (2), 520-524.
- Surber, F. C. (1984). Issues in using quantitative rating scales in developmental research. *Psychological Bulletin*, **95** (2), 226-246.
- Tannen, D. (1978). The effect of expectations on conversation. *Discourse Processes*, **1**, 203-209.
- Tanur, J. M. (1983). Methods for large-scale surveys and experiments. En: S. Leinhardt (Ed.) *Sociological Methodology* (pp. 1-71). San Francisco. Jossey-Bass.
- Taylor, D. G. (1982). Pluralistic ignorance and the spiral of silence: A formal analysis. *Public Opinion Quarterly*, **46**, 311-335.
- Taylor, S. J. & Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Tillinghast, D. S. (1980). Direct magnitude estimation scales in public opinion surveys. *Public Opinion Quarterly*, **44** (3), 377-384.
- Tourangeau, R. (1984). Cognitive science and survey methods: a cognitive perspective. En: T. Jabine; M. Straf; J. Tanur & R. Tourangeau (Eds.). *Cognitive aspects of survey methodology: building a bridge between disciplines* (pp. 73-100). Washington, D. C.: National Academic Press.
- Tourangeau, R.; Rasinski, A. K. (1988). Cognitive processes underlying context effects in attitude measurement. *Psychological Bulletin*, **103** (3), 299-314.
- Tourangeau, R. & Smith, A. W. (1985). *Finding subgroups for surveys*. *Public Opinion Quarterly*, **49** (3), 351-365.
- Tourangeau, R.; Rasinski, A. K. & Bradburn, N. (1989). Belief accessibility and context effects in attitude measurement. *Journal of Experimental and Social Psychology*, **25** (5), 401-421.
- Tourangeau, R.; Rasinski, K. A. & Bradburn, N. (1991). Measuring happiness in surveys: A test of the subtraction hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, **55**, 255-266.
- Tourangeau, R.; Rasinski, k.; Bradburn, n. & D'andrade, R. (1989). Carryover effects in attitude surveys. *Public Opinion Quarterly*, **53** (4), 495-524.
- Towsend, T. J. & Ashby, G. F. (1984). Measurement scales and statistics: The misconception misconceived. *Psychological Bulletin*, **96** (2), 394-401.
- Trognon, A. (1985). L'interaction n'a pas dehors. *Bulletin de Psychologie*, **XXXVIII** (370), 558-561.
- Trognon, A. (1990). La gestion de l'échange dans l'entretien. *Psychologie Française*, **35** (3), 195-205.
- Trognon, A. (1991). L'interaction en général: sujets, groupes, cognitions, représentations sociales. *Connexions*, **57**, 9-25.
- Trope, Y.; Bassok, M. & Alon, E. (1984). The questions lay interviewers ask. *Journal of Personality*, **52** (1), 90-106.
- Truax, C. B. (1966). Reinforcement and non-reinforcement in rogerian therapy. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. **71** (1), 1-9.
- Tuckel, P. S. & Feinberg, B. M. (1991). The answering machine poses many questions for telephone survey researchers. *Public Opinion Quarterly*, **55**, 200-217.
- Tucker, C. (1983). Interviewer effects in telephone surveys. *Public Opinion Quarterly*,

- 47, 84-95.
- Tull, D. S. & Albaum, G. S. (1977). Bias in random digit dialed surveys. *Public Opinion Quarterly*, **41** (3), 389-395.
- Umesh, N. U. & Peterson, A. R. (1991). A critical evaluation of the randomized response method: Applications, validation, and research agenda. *Sociological Methods & Research*, **20** (1), 104-138.
- Valladon, S. C. (1980). L'enquête psycho-sociale et son analyse de contenu. *Psychologie Française*, **25** (2), 151-160.
- Valles, M. S. (1992). La entrevista psicosocial. En: M. Clemente (Co.) *Psicología Social: Métodos y técnicas de investigación* (pp. 246-263). Madrid: Eudema.
- Veiga, J. F. (1974). Getting the mail questionnaire returned: Some practical research considerations. *Journal of Applied Psychology*, **59** (2), 217-218.
- Vermersch, P. (1990). Questionner l'action: l'entretien d'explicitation. *Psychologie Française*, **35** (3), 2270-235.
- Vigderhous, G. (1981). Scheduling telephone interviews: A study of seasonal patterns. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 250-259.
- Visonneau, G. (1980). Problèmes méthodologiques liés à une recherche en psychologie interculturelle. *Psychologie Française*, **25** (1), 39-50.
- Vogt, E. Z. (1956). Interviewing water-dowsers. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 198.
- Wagner, W. & Elejabarrieta, F. (1994). Representaciones sociales. En : F. Morales (Co.). *Psicología social*. Barcelona: McGraw-Hill, 813-842.
- Wax, M. & Shapiro, L. J. (1956). Repeated interviewing. *American Journal of Sociology*, **62** (2), 215-217.
- Weeks, M. F.; Jones, B. L.; Folsom, R. E. & Benrud, C. H. (1980). Optimal times to contact sample householders. *Public Opinion Quarterly*. **44**, 101-114.
- Weeks, M. F. & Moore, R. P. (1981). Ethnicity of interviewer effects on ethnic respondents. *Public Opinion Quarterly*, **45**, 245-249.
- Whyte, W. (1957). On asking indirect questions. *Human Organization*, **15** (4), 21-23.
- Wildman, R. C. (1977). Effect of anonymity and social setting on survey responses. *Public Opinion Quarterly*, **41** (1), 74-79.
- Wildt, R. A. & Mazis, B. M. (1978). Determinants of scale response: Label versus position. *Journal of Marketing Research*, **XV**, 261-267.
- Wilson, T. P. & Zimmerman, D. H. (1986). The structure of silence between turns in two-party conversation. *Discourse Processes*, **9**, 375-390.
- Williams, J. A. (1968). Interviewer role performance: A further note on bias in the information interview. *Public Opinion Quarterly*, **32** (2), 287-294.
- Williams, J. M. (1979). The use of "verbal interaction coding" for evaluating a questionnaire. *Quality and Quantity*, **13** (1), 59-75.
- Williams, R. M. Jr. (1989). The american soldier: An assessment, several wars later. *Public Opinion Quarterly*, **53** (2), 155- 174.
- Willick, D. H. & Ashley, R. K. (1971). Survey question order and the political party preference of college students and their parents. *Public Opinion Quarterly*. **35**, 189-199.

- Wilson, T. (1981). Qualitative 'versus' quantitative methods in social research. En: M. Küchler et al. (Eds.), *Integration von qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen*. Mannheim: ZUMA.
- Wind, M.; Denny, J. & Cunningham, A. (1979). A comparison of three brand evaluation procedures. *Public Opinion Quarterly*, **43** (2), 261-270.
- Winograd, T. (1980). What does it mean to understand language?. *Cognitive Science*, **4**, 209-241.
- Wiseman, F. (1972). Methodological bias in public opinion surveys. *Public Opinion Quarterly*, **36** (1), 105-108.
- Wiseman, F.; Moriarty, M. & Schafer, M. (1975). Estimating public opinion with the randomized response model. *Public Opinion Quarterly*, **39** (4), 507-513.
- Wispe, L. G. & Thayer, P. W. (1954). Some methodological problems in the analysis of the unstructured interview. *Public Opinion Quarterly*, **18** (2), 223-227.
- Wittgenstein, L. (1958/1983). *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Laia
- Wittgenstein, L. (1961/1981). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Barcelona: Laia.
- Yamarino, F. J.; Skinner, S. J. & Childers, T. L. (1991). Understanding mail survey response behavior: A meta-analysis. *Public Opinion Quarterly*, **55** (4), 613-639.
- Yu, J. & Cooper, H. (1983). A quantitative review of research design: effects on response rates to questionnaires. *Journal of Marketing Research*, **XX**, 36-44.
- Zdep, S. M. & Rhodes, I. N. (1976). Making the randomized response technique work. *Public Opinion Quarterly*, **40** (4), 531-537.
- Zdep, S. M.; Rhodes, I. N. ; Schwarz, R. M. & Kilkenney, M. J. (1979). The validity of the randomized response technique. *Public Opinion Quarterly*, **43** (4), 544-549.

## ANEXOS

Formen part d'un equip d'investigació del Departament de Psicologia de la Universitat de Girona. Aquest equip està fent una investigació sobre les imatges i percepcions que les persones tenim del cos, del nostre cos i també del cos dels altres.

En el qüestionari trobarà un seguit de preguntes i alternatives de respostes de diferent tipus. Si us plau marqui amb una creu en els quadrats o encercli el número que millor reflexi la seva opinió.

No hi ha respostes bones ni dolentes. Li agrairiem que llegeixi atentament les preguntes i que no en deixi cap sense respondre.

**Agraïts per la seva col.laboració**

1

Fins a quin punt creu que el cos és semblant a:

	<b>Poc</b>							<b>Molt</b>
Una màquina	1	2	3	4	5	6	7	
Una planta	1	2	3	4	5	6	7	
Un ordinador	1	2	3	4	5	6	7	
Una obra d'art	1	2	3	4	5	6	7	

2

Creu que en general la gent utilitzem el nostre cos:

	<b>Poc</b>	<b>Bastant</b>	<b>Molt</b>
Com element de seducció	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Per donar una imatge diferent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Com a objecte de plaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Per sentir-se bé amb un mateix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Per aconseguir alguna cosa més fàcilment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 Com valora l' us del cos:

	Positivament						Negativament
Com element de seducció	1	2	3	4	5	6	7
Per donar una imatge diferent	1	2	3	4	5	6	7
Com a objecte de plaer	1	2	3	4	5	6	7
Per sentir-se bé amb un mateix	1	2	3	4	5	6	7
Per aconseguir alguna cosa més fàcilment	1	2	3	4	5	6	7

4 Indiqui tres parts del cos amb les que es fixa per saber si una persona és:

Atractiva	1 _____	2 _____	3 _____
Intel·ligent	1 _____	2 _____	3 _____
Sensual	1 _____	2 _____	3 _____
Freda	1 _____	2 _____	3 _____
Comunicativa	1 _____	2 _____	3 _____
Simpàtica	1 _____	2 _____	3 _____

5 Normalment cuido el meu cos a nivell de :

	Poc	Bastant	Molt
Salut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forma física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aparença (estètica)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sensacions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6 Què li agrada més del seu cos:

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_

Què li desagrada més del seu cos (pot fer menció a més d'una cosa):

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_

7 Quines de les següents sensacions relaciona amb **caminar**:

	Si	No	Poc							Molt
Sensació de relaxament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de cansament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de desànim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'impotència	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'angoixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plenitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de fracàs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de dolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	

8 Quines de les següents sensacions relaciona amb **fer l'amor**:

	Si	No	Poc							Molt
Sensació de relaxament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de cansament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de desànim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'impotència	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'angoixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plenitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de fracàs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de dolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	

9

Quines de les següents **sensacions** relaciona amb **una situació de malaltia**:

	Si	No	Poc							Molt
Sensació de relaxament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de cansament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de desànim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'impotència	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'angoixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plenitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de fracàs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de dolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	

10

Quines de les següents **sensacions** relaciona amb **una situació de mort d'una persona propera**:

	Si	No	Poc							Molt
Sensació de relaxament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de cansament	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de desànim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plaer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'impotència	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació d'angoixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de plenitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de fracàs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	
Sensació de dolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2	3	4	5	6	7	

11

En relació al seu cos:

- Es sent plenament satisfet
- Modificaria alguna part
- El modificaria totalment

12

Quina de les següents situacions li fa més por en relació al seu cos:

- La vellesa
- Perdre alguna part del cos
- El contagi d'una enfermetat incurable
- La mort
- La invalidesa
- La falta de lucidesa mental

	Indecent		Antinatural		Immoral		Pecaminos		Antihigiènic	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Manipulació genètica										
Ingerir líquids corporals (sang, saliva...)										
Transplantament de cervell										
Fer l'amor durant la menstruació										
Abortament										
Transplantament de cor										
Relacions homosexuals										

Sexe:

Edat: \_\_\_\_\_

Home

Dona

Practica algun esport o fa gimnàstia habitualment:

No

Si

Hores setmanals \_\_\_\_\_

Ha seguit algun règim alimentari o dieta durant els últims 6 mesos:

No

Si

Motiu \_\_\_\_\_

Si	No	Poc	Molt
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	2
		3	4
		5	6
		6	7

Positivament	Negativament
1	2
3	4
5	6
7	7

Formem part d'un equip d'investigació del Departament de Psicologia de la Universitat de Girona. Aquest equip està fent una investigació sobre com veiem i què en pensem de l'educació. La informació que es recollirà serà totalment anònima i s'analitzarà juntament amb la d'altres persones.

En el qüestionari trobarà un seguit de preguntes i alternatives de resposta, de diferent tipus. Si us plau marqui amb una creu en els quadrats o encercli el número que millor reflexi la seva opinió.

No hi ha respostes bones ni dolentes. Li agrairíem que llegeixi atentament les preguntes i que no en deixi cap pregunta sense respondre.

**Agraïts per la seva col·laboració**

1

Fins a quin punt creu que l'educació:		Poc							Molt
		1	2	3	4	5	6	7	
Ens permet entendre el nostre entorn									
Representa un límit a la capacitat de la persona									
Fa referència als nostres valors ètics i morals									
Es aprendre a respectar als demés									
Es ensenyar als nostres fills									
Es el que t'ensenyava la vida									

2

Còm recorda vostè la seva educació?:		Poc	Bastant	Molt
Rígida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satisfactòria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Insuficient	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antiquada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Divertida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Util	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 El que ha après vostè en la seva educació, pensa que li ha servit sobre tot per:

- Relacionar-se amb la gent
- Trobar feina
- Educar millor als seus fills
- Tenir més cultura
- No gaire cosa

4 Pensant en tota la educació que una persona adquireix al llarg de la seva vida, quanta d'aquesta educació creu que s'adquireix en cada un d'aquests moments:

	Poca										Molta											
A la infància	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A l'adolescència	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A la joventut	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A la maduresa	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A la vellesa	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5 Fins a quin punt creu que la responsabilitat de l'educació és de:

	Poc	Bastant	Molt
L'escola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La família	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'estat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La societat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La pròpia persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6 En quina mesura creu que l'educació actualment hauria de tenir:

	Menys							Més						
Rigidesa	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Continguts religiosos	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Escoles amb poca gent d'altres raçes	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Utilitat per trobar feina	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Bons professors	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Regles morals	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Bones escoles	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

7

Perque es pugui parlar d'una **bona educació**, fins a quin punt creu que és **necessari**:

	<b>Poc necessari</b>					<b>Molt necessari</b>	
Una bona relació familiar	1	2	3	4	5	6	7
Uns bons mestres	1	2	3	4	5	6	7
Més medis a les escoles	1	2	3	4	5	6	7
Una bona situació econòmica	1	2	3	4	5	6	7
Que la persona sigui intel·ligent	1	2	3	4	5	6	7

8

Creu que una bona educació consisteix en ensenyar:

	<b>Poc</b>					<b>Molt</b>	
Regles d'urbanitat	1	2	3	4	5	6	7
Continguts acadèmics	1	2	3	4	5	6	7
Ètica i moral	1	2	3	4	5	6	7
La pròpia experiència	1	2	3	4	5	6	7

9

Quin d'aquests tipus d'escola creu que proporciona **millor educació**:

Escola pública

Escola privada religiosa

Escola privada laica

Sexe: Home

Dona

Edat: \_\_\_\_\_

El nivell d'estudis que te vostè és:

Primaris

Secundaris (Batxillerat / FP)

Superiors (Universitaris)

Va realitzar el seus estudis bàsicament en una escola:

Escola pública

Escola privada religiosa

Escola privada laica

Porta al(s) seu(s) fill(s) a una escola:

Escola pública

Escola privada religiosa

Escola privada laica

<b>Poca</b>												<b>Molta</b>
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

<b>Menys</b>								<b>Més</b>
	1	2	3	4	5	6	7	

<b>Poc Necessari</b>								<b>Molt Necessari</b>
	1	2	3	4	5	6	7	

Poc



Bastant



Molt



Poc

1

2

3

4

5

6

7

Molt

