

La construcción de un cuestionario: recorriendo niveles de abstracción.

Bárbara Estévez Leston, Darío Martelotti y Magalí Trepiana.

Cita:

Bárbara Estévez Leston, Darío Martelotti y Magalí Trepiana (2013). *La construcción de un cuestionario: recorriendo niveles de abstracción. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-038/598>

X Jornadas de Sociología de la UBA. 20 años de pensar y repensar la sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI. 1 al 6 de julio de 2013.

Mesa 62: Articulaciones entre teoría, metodologías y estrategias para el análisis de datos: Desafíos y complejidades en la práctica de la investigación social

La cocina de la investigación cuantitativa: cuestionarios de encuesta

Bárbara Estévez Leston (Universidad de Buenos Aires, estudiante de sociología): bar.estevez@gmail.com

Darío Martelotti (Universidad de Buenos Aires, estudiante de sociología): dariomartelotti@yahoo.com.ar

Magalí Trepiana (Universidad de Buenos Aires, licenciada en sociología): magalitrepiana@hotmail.com

Abstract:

Esta ponencia tiene como propósito sistematizar el proceso de construcción de un cuestionario. Detallaremos cómo partiendo de un nivel de abstracción elevado, éste puede decrecer a través del paso por las distintas etapas mediante las cuales se construye un cuestionario: comenzando desde diversos lineamientos teóricos se produce el surgimiento de tentativos ejes temáticos que desembocan en la construcción de posibles ítems integrantes del instrumento metodológico, la puesta a prueba del cuestionario (pretest), la cual a partir del resultado determinará su versión final. El pasaje por los diversos niveles de abstracción no debe ser abrupto, sino que debe responder a un continuum que refleje las decisiones teórico-metodológicas que se encuentran por detrás de una investigación. Dicho pasaje no responde a un camino único y recto, sino que va a relacionarse con las necesidades y los emergentes que surjan durante la investigación. Intentaremos, entonces, dar cuenta del proceso de construcción metodológica de un cuestionario a partir de los desarrollos que

deberá hacer el investigador, mas debe tenerse en cuenta que no será un manual de aplicación directo, sino una tentativa de posibles pasos a seguir.

Introducción:

Procederemos a realizar un breve recorrido por las distintas etapas presentes en una investigación, centrándonos en la relación entre objetivos, teoría y metodología, etapas que sabemos se encuentran entrelazadas pero que distinguimos secuencial y analíticamente para su reflexión. En una investigación éstas suceden de forma más bien simultánea en la cabeza del investigador.

En primer lugar, consideramos que no todo texto escrito constituye una investigación científica Sin desconocer la diversidad de enfoques y estilos de investigación en ciencias sociales, una investigación científica debe reunir ciertos requisitos para ser considerada como tal, puesto que “cada área disciplinaria es una unidad en sí misma, con sus teorías, sus estilos de hacer investigación y validarlos, con sus maneras de presentar el marco teórico y los objetivos” (Sautu, Boniolo, Dalle, Elbert, 2010, p. 20).

Una investigación debe ser acumulativa, el conocimiento científico resultante debe ser discutible y provisorio y, por ende, capaz de ser criticado por otros investigadores u otras investigaciones. En este último punto, la aclaración y justificación de los métodos, técnicas, y teorías escogidos para responder a la pregunta del investigador son de suma importancia. Los supuestos y las estrategias deben ser explicitados en el desarrollo de la investigación, debiendo formar parte de ella.

La investigación social y científica, entonces, puede ser definida como “una forma de conocimiento que se caracteriza por la construcción de evidencia empírica elaborada a partir de la teoría aplicando reglas de procedimiento explícitas” (Sautu et al., 2010, p. 29).

Decisiones metodológicas a la hora de investigar con metodologías cuantitativas.

Preguntas problema: abriendo la puerta de la cocina de la investigación.

El inicio de cualquier investigación es la pregunta, es el deseo por conocer uno de los aspectos de la realidad social que se desconoce o del cual se conoce poco o de manera insuficiente. Es la pregunta inicial la que guiará todo el proceso y funcionará como disparadora de todo el desarrollo. A partir de ésta, el investigador deberá construir su objeto de estudio siendo su conocimiento sobre el tema y temas relacionados su “punto de partida”, que deberá ser complementado y profundizado por lecturas y reflexiones. Así, corresponderá leer bibliografía relacionada y actual sobre el tema propuesto para ahondar en sus cuestionamientos y observar si su pregunta ya fue respondida, o bien qué es lo que todavía no se ha develado sobre el tema.

En paralelo a esta reflexión teórica, y una vez que el problema sea dibujado con mayor claridad, el investigador deberá reflexionar sobre las posibilidades de acercarse al mundo empírico y el modo en que lo hará, así como las posibilidades de construcción de evidencia. En este punto, puede suceder que los temas de interés sean difíciles de abordar así como pueden requerir enormes cantidades de dinero que pueden limitar o empobrecer la investigación. En estos casos, quizás sea mejor modificar la pregunta o el modo de abordaje del problema. El financiamiento, así como los obstáculos mencionados deben ser contemplados en estos primeros momentos por el investigador.

Una vez identificado el problema, que funcionará como una brújula a lo largo de todo el proceso de investigación, el investigador deberá optar por una determinada perspectiva teórica para su abordaje; un determinado enfoque conceptual-teórico, que será resultado de las lecturas sobre el tema pero también de sus experiencias previas. Dicho enfoque dará lugar luego al marco teórico, el cual “constituye un corpus de conceptos de diferentes niveles de

abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad” (Sautu, et. al, 2010, p. 29). En él, deberán estar desplegados los principales conceptos contenidos en la investigación así como sus vinculaciones y/o la explicación de los fenómenos o procesos que formarán parte del estudio.

Reflexiones teórico-metodológicas

A partir del marco teórico, y una vez definidos los conceptos y las variables a utilizar, es el momento de trazar los objetivos de la investigación, que orientarán la misma hasta la etapa final. En la claridad de los objetivos radicará gran parte del éxito o el fracaso de la investigación. Es que “los objetivos constituyen el pilar de una investigación y sirven de nexo entre la teoría y la metodología” (Sautu et. al, 2010, p. 31).

Sin embargo, un problema de investigación puede ser abordado desde diversas metodologías o formas. Hay investigadores que se sienten más cómodos dentro de uno de los dos paradigmas de investigación en ciencias sociales –cuantitativo o cualitativo, ambos válidos pero con métodos, técnicas y supuestos distintos–, o bien en la triangulación de ambos. Serán las decisiones del investigador, coherentes con su reflexión teórica, las que decidan en qué forma abordar el tema de investigación. Según el tema, los recursos que posea, su reflexión teórica, etc. podrá elegir un enfoque metodológico cuantitativo, cualitativo o mixto. No hay temas que determinen previamente su metodología, sino que son las formas en que el investigador decide aproximarse a ellos los que la determinan. En este trabajo, haremos foco en uno de los instrumentos de medición que conforma una estrategia cuantitativa y que forma parte del método por encuesta: el cuestionario.

Encuestas y cuestionarios: separando conceptos.

La encuesta, método de investigación elegido por excelencia en la investigación cuantitativa, puede definirse como la aplicación de un

procedimiento estandarizado para recabar información de una muestra amplia y representativa de sujetos; la información recolectada estructuradamente, mediante información indirecta, se limita a la delineada por las preguntas que componen el cuestionario pre-codificado diseñado para ello (Cea D'Ancona, 2001, p. 240). Para la aplicación de este método es necesario utilizar instrumentos de medición, nos enfocaremos en el cuestionario.

El cuestionario es el instrumento de investigación que a través de procedimientos estandarizados de interrogación, que permiten la comparabilidad de respuestas, obtiene mediciones cuantitativas (Amerigo, 1993, p. 263). La técnica de cuestionario constituye un elemento estructurado y como tal, tiende a formar parte de una estrategia metodológica cuantitativa. Su aplicación consiste en la administración de una serie de preguntas formuladas de igual manera y en el mismo orden a una muestra pertinentemente elegida para responder a las preguntas de una investigación concreta. Para García Ferrando (1986), el cuestionario coloca a los entrevistados en la misma situación psicológica, para intentar evitar sesgos, y por otra parte, facilita el examen y asegura la comparabilidad de las respuestas.

El diseño del mismo es una de las fases que preceden a la aplicación de la encuesta en una investigación y su debida construcción influye sensiblemente en los resultados de esta última. Por ello, se debe construir una vez formulados los temas de investigación, de haber explicitado sus objetivos y de haber redactado las preguntas que se vayan a realizar.

Las características de cada cuestionario variarán según:

1. las particularidades de la población a analizar (edad, nivel educativo, etc.);
2. la modalidad de encuesta (personal o cara a cara, por teléfono, por correo, por mail o redes sociales);
3. los objetivos de investigación; entre otros.

Cada una de estas características tendrá una cierta impronta en el diseño del cuestionario y en su futura aplicación. Es por ello que un cuestionario no puede ser tomado completamente de otra investigación, sino que debe estar diseñado y luego probado para su utilidad en el marco de una investigación, con objetivos, una teoría y una muestra determinadas.

Hipótesis y variables, bajando unos escalones en los niveles de abstracción

Casas Anguita, Repullo Labrador y Donado Campos (2002) definen a la hipótesis como una afirmación o proposición aún no probada sobre un fenómeno particular que se pretende explicar. Son proposiciones que hacen presupuestos sobre fenómenos que intentan verificarse al momento de realizar una investigación, afirmaciones y formulaciones que devienen del primer recorte teórico realizado, de lo antecedentes sobre el tema, etc. Surgen planteos, hipótesis que intentan explicar aquello que nos preguntamos que aún no ha sido analizado. De esta manera, existen varios tipos de hipótesis según su nivel de abstracción.

En un primer momento están las *hipótesis generales* que son las que se eligen como respuestas probables a la cuestión investigada. El segundo nivel estaría delimitado por las subhipótesis que serán las que se encarguen de desarrollar, expresar y contemplar los distintos aspectos considerados para el desarrollo de la investigación. El tercer nivel de las hipótesis son aquellas que están dando los primeros pasos para la elaboración de las preguntas del cuestionario.

En este nivel cada una de las hipótesis garantizará el sentido y utilidad de las preguntas incluidas en el cuestionario. Aquí se produce un giro producto de los cambios en los niveles de abstracción. Las preguntas del cuestionario se relacionan directamente con el uso de variables, magnitudes cuyos valores son objeto de estudio en el cuestionario. Cada variable permite operacionalizar y medir el objeto de estudio. Dicho objeto será aprehendido por las preguntas del cuestionario, preguntas que, a su vez, reflejan las hipótesis de la investigación.

Tanto la definición de las variables como la construcción de las hipótesis en sus distintos niveles de abstracción serán condición posibilitante para la construcción del instrumento de medición de la encuesta.

Seleccionando muestras o poblaciones: dilemas de selección

Una vez delineadas las hipótesis y las variables de análisis, resulta beneficioso destinar tiempo a la selección de la población a analizar. Entendemos población como “el conjunto de todos los elementos que cumplen ciertas propiedades, entre las cuales se desea estudiar un fenómeno determinado” (Casas Anguita et al., 2002, p. 146), por lo que toda pregunta de investigación estará ligada a una población en particular, pero siempre es necesario realizar una selección más detallada (si nuestro estudio es sobre género, qué clase social o qué zona; si el estudio es sobre trabajadores, determinar un área en particular de trabajo, una zona geográfica, una edad, etc.).

Una vez elegida la población, queda por determinar si las mediciones se van a realizar sobre todos los sujetos que componen la población, o si se limitará, como en general se hace, a una muestra de ella. La idoneidad de una muestra estará determinada por su representatividad sobre la población analizada, aunque existen muestras denominadas sesgadas, es decir que no son representativas de la población. Para asegurar la idoneidad de la muestra según los objetivos del trabajo se utilizan *técnicas de muestreo*, es decir procedimientos que aseguran que los individuos que componen la muestra sean representativos de la población, o bien que respondan a un sesgo predeterminado. Desarrollaremos ahora algunas de las técnicas de muestreo más utilizadas al momento de poner en práctica un cuestionario de encuesta.

- *Muestreo aleatorio simple*

Cuando el muestreo garantiza que todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de formar parte de la muestra, realizando una selección al azar.

- *Muestreo aleatorio estratificado*

En este tipo de muestreo, la población se divide en subgrupos o subpoblaciones (estratos) en función a las variables que pueden tener influencia sobre las características que quieren medirse (sexo, edad, clase, etc.). Sin embargo, se siguen seleccionando aleatoriamente las unidades de análisis de cada estrato.

- *Muestreo por conglomerados*

Las unidades muestrales no son elementos individuales (sujetos), sino grupos a los que se denomina unidades primarias o conglomerados: familias, colegios, granjas, ministerios, etc. Se selecciona aleatoriamente uno o varios de estos conglomerados y se acepta como muestra el conjunto de los sujetos que lo conforman.

- *Muestreo sistemático*

En este caso se calcula la constante de muestreo (dividiendo el tamaño de la población por el de la muestra elegida), se selecciona la primera muestra al azar, con la condición de que el número sea menor a la constante de muestreo. A partir de la primera elección al azar, el resto de los elementos se van a ir seleccionando sumando la constante de muestreo al elemento elegido anteriormente, hasta completar el tamaño de la muestra.

Una vez elegidas las hipótesis, las variables analíticas, la muestra, las unidades de análisis y su universo, procederemos a la confección del instrumento de análisis, el cuestionario.

Construcción y diseño del cuestionario

La organización del cuestionario

Ésta debe considerar cual sería la forma más adecuada de abordar un tema específico. Tres aspectos conviene tener en cuenta en la organización de las preguntas:

1. alcanzar una introducción adecuada,
2. la sucesión razonable de temas a seguir y
3. la formulación de una apropiada conclusión al cuestionario.

Es importante evitar que las primeras preguntas del cuestionario condicionen o sesguen la información que se obtendrá de las respuestas siguientes.

Disposición de los temas

Refiere a la etapa en la que se piensa la disposición y sucesión de los diferentes temas a lo largo del cuestionario. La secuencia de los mismos conviene que siga la lógica del encuestado y no la del investigador.

Para lograr que el cuestionario transcurra con suavidad, y que la secuencia de los temas tenga sentido para el encuestado, deben tratar de evitarse los saltos bruscos entre un tema y otro, para esto resulta conveniente informarle al encuestado, sobre la finalización de un tema y el comienzo de otro.

Resumimos a continuación unas convenciones, generalmente aceptadas, sobre el orden o disposición de las preguntas en un cuestionario:

- 1) Iniciar el cuestionario con una carta de presentación, que incluya la identificación de la institución a cargo de la investigación, como así también una breve explicación de por qué se realiza la encuesta, el interés del estudio y los beneficios de su participación. Depende de la forma en que se administre el cuestionario, de cómo se proceda a la presentación. Si el cuestionario se aplica mediante entrevista cara a cara, el investigador deberá hacer la presentación verbalmente, de la misma manera, que si se realiza vía telefónica. En cambio, si la encuesta se proporciona vía email, ésta deberá hacerse por escrito. A la carta de presentación, se pueden adjuntar las instrucciones a seguir para la cumplimentación del cuestionario.
- 2) Debe dejarse un espacio en el cuestionario tanto al final como al comienzo del cuestionario para los datos de control. Estos incluyen:

nombre, teléfono, dirección del encuestado, duración de la encuesta, etc.

- 3) Las preguntas iniciales deben despertar el interés del encuestado y ser también sencillas de responder.
- 4) Las preguntas “claves” deben situarse en el centro del cuestionario. Después de haber despertado el interés del encuestado y haber generado un ambiente distendido.
- 5) Distribuir secuencialmente las preguntas que formen un conjunto de preguntas confeccionadas, sobre un mismo tema, que se puedan complementar, al enfocar distintos aspectos sobre un mismo tema.
- 6) Las preguntas que puedan provocar sensaciones de amenaza en el encuestado, deben ubicarse en el final del cuestionario, de manera tal que no puedan repercutir sobre las demás preguntas. Por ello suelen ubicarse las preguntas de carácter sociodemográfico, o de identificación personal del encuestado hacia el final. Ello se debe sobre todo, a la reacción negativa que puede provocar en el encuestado proporcionar datos de identificación íntima.

Diseño del cuestionario

El cuestionario, como hemos anticipado anteriormente, es el instrumento básico que se utiliza para la obtención de datos, en las investigaciones mediante el uso de la encuesta. No obstante, debemos aclarar, que éste instrumento no es una técnica de recogida de información exclusiva de la encuesta, sino que también puede usarse en otras estrategias de investigación, tales como el uso de fuentes secundarias, o en experimentos, ya sea para complementar otras técnicas de investigación o para aplicarse de manera aislada.

Tipos de preguntas

Una de las decisiones principales que deben tomarse en la elaboración de preguntas se relaciona con la forma de la respuesta: esto significa, si se

pretende que el encuestado responda con sus propias palabras o por el contrario, si se prefiere que seleccione una de las opciones -que más se acerque a su opinión-, presentadas en una serie pre asignada de respuestas en el cuestionario. El primer caso, refiere a preguntas abiertas, mientras que el segundo refiere a preguntas cerradas.

“La elección de preguntas abiertas o cerradas depende de un cierto número de factores situacionales, que Lazarsfeld (1935) delimita del siguiente modo: 1) los objetivos de la entrevista; 2) el grado de conocimiento o el nivel de información que la población posee sobre el tema de la pregunta; 3) el grado en que el tema ha sido pensado previamente por los entrevistados; 4) el grado en que la población está motivada a comunicar sobre el tema, y 5) el grado en que la situación de la población que se va a encuestar en relación a los cuatro aspectos anteriores es conocida previamente por el investigador.” (García Ferrando, 1986, p. 139).

Preguntas cerradas

Las preguntas cerradas son aquellas que poseen respuestas fijas, pre codificadas de antemano, es decir, que el investigador previamente determina cuáles serán las distintas opciones de respuestas posibles. El encuestado sólo se limita a elegir cuál o cuáles (en el caso de que la pregunta sea múltiple) de las respuestas opcionales señaladas en el cuestionario, se aproxima o refleja en mayor medida su opinión personal.

El listado de respuestas se presenta de manera vertical. A cada una de ellas se le asigna un número, el cual constituye el código numérico. Esto facilita enormemente la transferencia de las respuestas a un fichero o matriz de datos, para su posterior sistematización y análisis estadístico.

El investigador deberá conocer rigurosamente las diversas alternativas de respuesta que los encuestados podrán dar sobre el tema que se pregunta. Lo cual significa que el listado de respuestas debe cumplir con los requisitos de

exhaustividad, precisión y exclusión para las diferentes categorías u opciones de respuestas. La opción “otros” deberá ser incluida dentro de las respuestas posibles, así cualquier respuesta que no haya sido señalada en el listado, podrá caer bajo ésta categoría.

En las investigaciones que utilizan la técnica de la encuesta, los cuestionarios, por lo general, están formados por preguntas cerradas, esto sucede por las numerosas ventajas que proporciona el uso de tal formato. Destacamos las siguientes:

- 1) Fácil y rápido registro de las respuestas. Resulta mucho más simple marcar la opción dentro del listado de respuestas del cuestionario, que tomar nota de lo que dice el entrevistado.
- 2) Centralización de las respuestas en cuanto a las opciones consideradas más importantes y relacionadas con el tema sobre el cual se pregunta.
- 3) La inmediatez de la grabación de las respuestas en el ordenador, una vez concluido el trabajo de campo.
- 4) Posibilita la comparación de las respuestas, al encontrarse éstas escritas bajo los mismos términos. Lo cual fomenta también a eliminar la ambigüedad de las respuestas.

A su vez, debemos remarcar que las preguntas cerradas, también presentan sus inconvenientes. A continuación remarcamos dos:

- 1) descartan opciones de respuestas que no se encuentren en el listado, es decir, las coartan. La estandarización de las palabras (expresadas literalmente, bajo los mismos términos) no conlleva necesariamente a la estandarización de significados que les atribuyen los encuestados. Esto puede llevar a una simplificación de la información obtenida.
- 2) Para redactar una pregunta cerrada, el investigador debe estar completamente sumergido sobre el tema que se pregunta. El diseño de una pregunta cerrada exige que el investigador tenga previo conocimiento sobre aquello que investiga. Deberá decidir, cómo formular

la pregunta, elegir las categorías a incorporar bajo opciones de respuesta, el nivel de medición (nominal, ordinal, de intervalo, de razón) en el cuál se medirá a las mismas y los códigos a asignar a cada respuesta.

Preguntas abiertas

Las preguntas abiertas son aquellas que no poseen opciones de respuesta pre determinadas por el investigador. Sino que el encuestado posee la “libertad” para expresarse con sus palabras. El investigador debe registrar todo lo que exprese el encuestado, transcribir literalmente las distintas respuestas obtenidas. La “libertad” que se le concede al encuestado, no posee tiempos estimativos de lo que pueda durar la respuesta. Algunos encuestados podrán responder brevemente, mientras que otros podrán extenderse en su relato cuanto crean necesario. Lo cual posee consecuencias para el proceso de transcripción, sistematización y análisis de éste tipo de preguntas. Las respuestas “libres” se traducen en categorías que las resuman. Éste proceso es conocido como el proceso de codificación de las preguntas abiertas.

Una vez que se han rellenado los cuestionarios, debe extraerse una muestra representativa de los mismos que oscile entre el 20 y el 50% de los cuestionarios completados, para proceder a continuación a la codificación de las preguntas abiertas. Posteriormente se procede a la transcripción literal de todas las respuestas obtenidas, para que luego éstas se resuman en un grupo de categorías reducido que sea construido según: los objetivos de investigación y la variabilidad de las respuestas.

Cada una de las categorías deberá incluir varias respuestas similares. Lo que contengan éstas, deberá darle la etiqueta (el nombre) a la categoría. Las categorías deberán cumplir tal como en el caso de las preguntas cerradas con los criterios de exhaustividad, precisión y exclusividad. A cada una de ellas se le asignará un código numérico que facilitará su posterior análisis.

Las preguntas abiertas, no obstante de las complicaciones que provocan las preguntas abiertas, tales como la laboriosidad y el tiempo que supone la codificación, la probabilidad de convertir errores en el registro de las mismas (ya que el investigador deberá tratar de no modificar la literalidad en las expresiones de los encuestados) y en la traducción de la información, las preguntas abiertas son consideradas de gran utilidad en estudios de carácter exploratorio, cuando no se conoce sobre el tema que se investiga o, cuando el investigador no predice todas las posibles respuestas a un tema en cuestión.

Enumeramos cuatro ventajas principales que presentan las preguntas abiertas:

- 1) Proveen información específica sobre el tema que se investiga.
- 2) Requiere menor laboriosidad en su redacción que las preguntas cerradas.
- 3) Ocupan, por lo general, menor espacio en el cuestionario.
- 4) Otorgan la “libertad” al encuestado de expresarse en sus propias palabras.

Podemos señalar finalmente que la elección entre un formato y otro de preguntas por parte del investigador deberá ceñirse a tres cuestiones:

- 1) El dinero y tiempo que el investigador quiera destinar a la codificación de las preguntas.
- 2) El conocimiento previo que tenga éste sobre el tema que investiga.
- 3) El grado de precisión y exactitud que desee obtener con las respuestas.

La formulación de preguntas

“Fowler (1988) recomienda que antes de diseñar un cuestionario:

- 1) Se ponga por escrito lo que la encuesta pretende alcanzar.
- 2) Se elabore un listado que incluya las variables a medir para alcanzar los objetivos que se pretenden.

- 3) Se bosqueje el plan de análisis a desarrollar. Para tal fin, el investigador ha de tener claro qué variables serán las dependientes, cuáles las independientes, y cuáles las de control (o intervinientes) en las distintas hipótesis a contrastar” (Cea D'ancona, 2001, p. 262).

Algunos autores tales como Sudman y Bradburn (1987), retomados por Cea D'Ancona en Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social, aconsejan al investigador, que antes de pensar nuevas preguntas sobre la temática a analizar, busque aquellas que puedan llegar a existir sobre el tema en materiales publicados o en archivos de datos. Como es improbable que el investigador encuentre un estudio y en consecuencia un cuestionario que cumpla con los objetivos a los cuales él pretende arribar, si decide incluir preguntas tomadas de una o varias encuestas precedentes, junto a preguntas creadas por él, deberá pretestearlas, ya que el lenguaje se modifica constantemente y también porque el significado de las preguntas puede estar afectado por el contexto en el que subyace la encuesta. Una vez pretesteadas, el investigador podrá decidir, si tomarlas en consideración tal y cómo las encontró para incluirlas o si deberá proceder a modificarlas.

Si en cambio opta por la creación de nuevas preguntas deberá el investigador seguir una serie de recomendaciones aceptadas por la mayoría de los autores:

- 1) Elaborar preguntas importantes para la investigación. Previamente a la formulación de una pregunta hay que preguntarse en cuánto podría ésta colaborar con el objetivo de investigación propuesto.
- 2) Formular preguntas fáciles y rápidas de comprender, por el público al cuál va dirigido el cuestionario. Para ello quizás resulte beneficioso conocer el nivel educativo de las personas a encuestar.

- 3) Evitar palabras ambiguas, sobre todo cuando el cuestionario se va a aplicar sin la presencia de un encuestador, que aclare el significado de la pregunta.
- 4) No emplear palabras que puedan llegar a provocar una reacción estereotipada. En estos casos, recurrir al uso de preguntas indirectas sobre temas que puedan resultar delicados o polémicos a la hora de hablar sobre ellos.
- 5) Ofrecer respuestas flexibles, que puedan ayudar a atenuar la gravedad de la pregunta, cuando se aborden cuestiones que inhiban para transmitir una información veraz.

Prueba o pretest del cuestionario

Una vez diseñado el cuestionario, y habiendo pasado por las etapas anteriormente descritas, el mismo debe ser probado en el campo ante una pequeña muestra de individuos de similares o iguales características que la población propuesta en el estudio.

La función del pretest será reducir al mínimo posible los probables errores que conlleva la construcción teórica de un instrumento de medición práctica como es el cuestionario. En esta etapa, las preguntas y categorías deberán ser revisadas, en tanto la categorización de las preguntas cerradas y su codificación debe ser la correcta. Es su objetivo también evaluar los tonos, las respuestas y las reacciones de los encuestados. Aquellas preguntas mal o confusamente planteadas, deberán ser reformuladas; las que no tengan sentido o no se comprendan, eliminadas. Los conceptos confusos deberán ser asimismo modificados; las preguntas reducidas en su nivel de abstracción si así fuera necesario.

El lenguaje, la elección de las palabras también debe ser evaluado y corregido para generar una mayor cercanía con la población a encuestar en el marco de la investigación. Los significados de algunas palabras pueden variar entre encuestador y encuestado, y es función de la prueba en el campo prevenir estos errores. El resultado del pretest puede modificar también el orden y la secuencia de las preguntas. En el caso de la existencia de preguntas abiertas en el cuestionario, la codificación de las mismas puede realizarse con posterioridad a su testeo y antes de su aplicación definitiva. Por último, el pretest puede indicarnos si la duración del instrumento de medición es adecuada.

En suma, se trata de probar la adecuación del cuestionario en el mismo campo, con las mismas unidades de análisis propuestas en la investigación. Grandes errores pueden ser así prevenidos mediante pequeñas modificaciones.

Conclusiones

Hemos visto que a lo largo de una investigación hay montones de decisiones que tomar. Desde la teoría general en la que se enmarca nuestra pregunta de investigación, pasado por el delineamiento de ésta pregunta, o por la construcción de herramientas metodológicas que aprehendan la realidad que queremos analizar. La técnica de la encuesta y su respectivo cuestionario no son herramientas únicas o exclusivas al momento de analizar un problema. Muchas veces requieren de la existencia de otras herramientas en las que apoyarse: si decidiéramos aplicar un cuestionario en una población desconocida, sería útil realizar algunas entrevistas exploratorias para conocer un poco más la población a analizar.

La construcción de un instrumento metodológico no es algo dado. Deviene de extensas reflexiones teórico-metodológicas, por lo que no existen recetas certeras de construcción, sino que resulta imperiosa la experiencia. Cada objetivo, cada problema, necesitará formas particulares de construir sus herramientas y técnicas metodológicas, aunque sean las mismas. Es el trabajo

artesanal del investigador, más allá de toda guía o manual, lo que hace que las investigaciones lleguen a buen puerto. En este trabajo, quisimos dar cuenta de lo artesanal de la construcción metodológica de los instrumentos de investigación, por no decir que cada proceso de investigación lleva consigo una característica creativa e individual.

Bibliografía

Amerigo, M. (1993) Metodología de cuestionarios: principios y aplicaciones Publicado en Boletín de la ANABAD, Tomo 43, N° 3-4, 1993 , págs. 263-272. Recuperado el 18 de Abril de 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/224222.pdf>

Casas Anguita, J.; Repullo Labrador, J. R.; Donado Campos, J. (2002) La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). Publicado en Aten Primaria. 2003;31:527-38. - vol.31 núm 08 Recuperado el 22 de Abril de 2013, de <http://www.unidaddocentemfyclaspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>

Cea D'Ancona, M. Á. **La investigación social mediante encuesta** En: Cea D'Ancona, M. Á. (2001) Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social. Madrid: Síntesis Pp. 239-289

García Ferrando, M. **La encuesta** En: García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; Alvira, F. (1986) El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza Universidad Pp. 123-151

Sautu, R. (2007) **“Introducción”**. In Sautu, R. (comp.) Práctica de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Articulación entre la Teoría, los Métodos y las Técnicas, Buenos Aires: Lumière. Pp. 34-40.

Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P.; Elbert, R. (2010) Manual de Metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología, Buenos Aires: CLACSO, Prometeo