

Tipos de entrevista

Existen dos grandes tipos de entrevista: la estructurada y la no estructurada.

La entrevista estructurada se caracteriza por estar rígidamente estandarizada; se plantean idénticas preguntas y con el mismo orden a cada uno de los participantes, quienes deben escoger la respuesta entre 2,3 ó más alternativas que se les ofrece. Inclusive los comentarios introductorios y finales se postulan de la misma forma.

En términos generales es una situación de diálogo dirigido y orientado mediante un plan de trabajo detallado y preparado. El entrevistador establece con anterioridad los puntos que serán sometidos a consideración del entrevistado, ordena sus preguntas y define la forma como va a presentarlas, tratando de no desviarse de su esquema.

La entrevista no estructurada es, por el contrario, una situación de diálogo flexible, susceptible de reorientarse en el transcurso de la charla misma. Sin embargo los objetivos de la investigación rigen a las preguntas su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran determinadas por el investigador.

De otra manera, si bien es necesario un plan original sobre la base del problema, los objetivos y las categorías, este plan se sigue tan solo como una guía que debe permitir desviaciones o complementaciones no pensadas en un principio, pero vistos como relevantes en el desarrollo de la conversación.

Se podría decir que la diferencia entre estos dos tipos de entrevistas radica en la mayor o menor rigidez con el plan de trabajo, lo cual depende del problema, los objetivos, las categorías y el contexto investigativo de la entrevista.

Existen otros tipos de clasificaciones, sin embargo centrémonos en este otro tipo que es de gran importancia.

Entrevista individual o colectiva

Se denomina entrevista individual si solo intervienen dos personas: el entrevistador y un solo entrevistado y entrevista colectiva si intervienen varios entrevistados y uno o más entrevistadores. Esta forma es más compleja, pues las diferentes opiniones que se vierten en torno al asunto objeto de la entrevista, habrán de canalizarse finalmente en alguna conclusión; pero tiene la ventaja de ser dinámica, lo que estimula el número de respuestas que permitirás esclarecer y precisar la información recolectada.

Retomando la entrevista estructurada, señalemos que en la formulación de las preguntas se debe tener especial cuidado en ser:

- *Concisos*: Siendo claros y eliminando términos ambiguos o de aceptación demasiado amplia.

- *Sencillos*: Suprimiendo los términos técnicos o raros, las dobles negaciones y las frases demasiado largas.

- *Específicos*: Precisando en la medida de lo posible el lugar y el tiempo, y recurriendo a la experiencia directa reciente.

- Para la elaboración de esta guía de entrevista se pueden utilizar preguntas abiertas y cerradas. Con las cerradas dicotómicas o de opinión múltiple se omiten menos los hechos, se da la posibilidad de igualar respuestas, pero también se restringe la expresión de opiniones. Con las preguntas abiertas, como no se preestablecen las respuestas, disminuye el peligro de motivos intrínsecos del encuestado, tales como el deseo o la preocupación por dar buenas respuestas.

En general en una entrevista estructurada se pueden utilizar preguntas abiertas o cerradas.

En el caso de la entrevista estructurada nos dice Sonia Comboni que es necesario observar las siguientes reglas de conducta:

a) Seguir estrictamente el orden de las preguntas.

b) Respetar la formulación de las mismas.

c) No añadir ni quitar nada.

d) No comentar ni evaluar las respuestas y tampoco manifestar sorpresa alguna, ni siquiera por ciertas actitudes fisiológicas o de modulaciones de voz que obliguen a entrar en discusión.

e) En caso de preguntas abiertas, el encuestador puede repetir la pregunta. Si hay silencio que denote la incompreensión de lo que se pregunta, puede precisar o ampliar las ideas.

f) En caso de que el entrevistado haga alguna pregunta, si se trata sobre el objetivo de la encuesta, es necesario responderle; pero si se orienta a esclarecer la actitud del entrevistador, se debe retomar su significación implícita y revertir la pregunta al sujeto. En algunos casos se puede hacer mención de los papeles asumidos al inicio de la entrevista.

g) Evitar la presencia de terceras personas.

h) Procurar la fluidez de la entrevista; para ello es preciso conocer de memoria al guía y las frases y oraciones que ayuden a pasar de un tema a otro.

i) Dirigir en todo momento la entrevista. Si el sujeto se sale del tema se le invitará amablemente a centrarse en la pregunta.

Para la entrevista no estructurada nos dice igualmente la autora que debemos tener en cuenta las siguientes reglas:

- Observar los mismos principios indicados para la entrevista dirigida.
- Dar libertad al sujeto de expresarse libremente.
- Tolerar las disgresiones.
- Manifestar un interés continuo por lo que dice el sujeto.
- Ser sobrio y prudente en las expresiones: ¡ajá!, ¡ya veo!, ¡uhmm!, etcétera.
- Admitir los silencios del entrevistado.
- Evitar toda interrupción.
- Se puede solicitar una ampliación de las ideas desarrolladas.
- No comentar ni evaluar las respuestas, ni manifestar sorpresa por ciertas aclaraciones o actitudes del sujeto.

En fin, de no existir reglas generales, la observancia de los principios propuestos puede ayudar a obtener éxito en el uso de una técnica tan difícil.

Guía de la entrevista

La guía de la entrevista es indispensable tanto para la estructurada como para la no estructurada. En el caso de la primera, permite registrar las respuestas; y en la segunda se constituye en un punto de referencia respecto de la información que se debe buscar.

Con respecto a la guía de la entrevista Sonia Comboni afirma que es indispensable tanto para la dirigida como para la no dirigida, ya que es el instrumento que se utiliza como hilo conductor de la entrevista. En la dirigida sirve para anotar las respuestas; para dar al encuestador instrucciones y orientaciones generales y en la no dirigida es útil como punto de referencia respecto de la información que se debe tratar de obtener pero aquí el abordaje depende de la forma en que se vaya dando la conversación: También en la semidirigida es útil para que el encuestador conduzca la conversación, pero al mismo tiempo debe darse libertad de expresión al entrevistado.

Para que una entrevista sea satisfactoria se requiere la colaboración del entrevistado. Para obtenerla es indispensable, además de la experiencia del encuestador, que la guía esté bien elaborada, que la estructura de la entrevista esté fundamentada. Es importante recordar las siguientes reglas:

- Captar la atención del entrevistado desde el inicio de la entrevista con las primeras preguntas, evitando aquellas muy personales o controvertidas y empezando con preguntas simples y neutras.
- Hacer sentir al entrevistado su importancia como informador, él proporciona información, aportando datos a la investigación, y no se le arranca forzosamente.

- Avanzar de lo más simple a lo más complicado, guardando un buen equilibrio. Las preguntas complejas no deben estar al principio ni al final; en el primer caso se corre el riesgo de la negativa a responder, y en el segundo puede ser que el entrevistado se encuentra cansado y no haya ocasión de obtener respuesta.

- Dejar para el final, o para un momento oportuno, las preguntas delicadas, para evitar que el entrevistado se niegue a responder el resto.

- Tratar de pasar de un tema a otro sin saltos violentos que entrecorten la entrevista y limiten la libertad de expresión.

A continuación se presenta un ejemplo de guía de entrevista estructurada, tomado del trabajo de postgrado de Antonio Bastos y otros.

Guía de entrevista

1. ¿Cuál fue su experiencia inicial con la lectura y la escritura?
2. ¿Qué piensa de la lectura y de la escritura?
3. ¿Cuál cree que el valor que tiene la lectura y la escritura en su medio social?
4. ¿Cree que saber leer y escribir tiene sentido en su vida? ¿Por qué?
5. ¿A qué medio de comunicación le da más importancia? ¿Por qué?
6. ¿Qué escribe y qué lee?
7. ¿Cree usted que saber leer y escribir le ha transformado su vida, su pensamiento y su trabajo? ¿Por qué?
8. ¿Podría pensar en su vida sin lectura y escritura? ¿Cómo?
9. ¿Cómo se enseña a leer y escribir?
10. ¿Por qué la gente escribe en las paredes, en las sillas o en las puertas? ¿Qué significa eso?
11. ¿Qué capacidades le ha desarrollado el saber leer y escribir? ¿Por qué?
12. ¿Qué concepto le merece el lenguaje que emplean los jóvenes y los niños de su entorno?
13. ¿Es lo mismo ser iletrado que analfabeto? ¿Por qué?
14. ¿Los niños antes de ingresar a la escuela son iletrados o analfabetos? ¿Por qué?

La entrevista por cuestionario

Es el método que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investigador llena por sí mismo.

El cuestionario puede aplicarse a grupos o individuos con la presencia del investigador o puede enviarse por correo a la muestra seleccionada.

Ventajas del cuestionario

- Su costo es relativamente bajo.
- Permite obtener información de un número mayor de personas en un período breve.
- Permite una mejor forma de ser cuantificados, analizados e interpretados los datos obtenidos.
- Asegura que cada individuo de la muestra ha respondido a todas las preguntas.

Configuración del cuestionario

Francisco H. de Canales señala que todo formulario debe contener los siguientes elementos:

- Título
- Instrucciones
- Identificación del encuestado y del formulario
- Servicio o áreas específicas
- Observaciones
- Identificación del encuestador
- Todo formulario debe tener un nombre o título indicando a qué se refiere o qué es lo que contiene; en algunos casos debe tenerse precaución con el título que se le dé, ya que a veces éste perjudica al encuestado, lo que puede influir en sus respuestas y en los resultados que se desean obtener.

Las instrucciones se refieren a las orientaciones que se le brindan al consultado sobre cómo debe llenar el formulario. Estas deben ser lo suficientemente amplias acerca del tipo y la profundidad de la información que se desea recoger, así como el lugar y la manera en que deben anotarse las respuestas. Lo anterior es más importante cuando se utiliza el cuestionario a distancia o si no está presente el investigador en el momento en que el encuestado contesta el formulario. Cuando participan otras personas en el proceso de recolección de datos también es necesario elaborar esas instrucciones para que se orienten dónde y cómo anotar las respuestas de los entrevistados; en algunos casos amerita tener un manual de instrucciones por separado o al final del formulario. Cuando se usa el cuestionario autoadministrado, además de las instrucciones es recomendable anexar al formulario una nota o circular dirigida al encuestado, en donde se informe sobre el propósito del estudio, la institución que patrocina la investigación y

toda otra información que despierte el interés por aportar datos exactos y confiables.

La identificación del formulario y del encuestado es otro elemento clave que debe considerarse en su diseño. El formulario debe contener información escrita para su identificación, como: número, fecha y lugar en que fue o será llenado, igualmente necesita la identificación de la persona o unidad de estudio, su número o clave correspondiente, director o procedencia y otro dato general que facilite su ubicación.

Es frecuente que se presente la interrogante acerca de si debe o no aparecer el nombre de la persona encuestada en el instrumento; se estima que ello debe estar sujeto al criterio del investigador o si necesita esa información para los objetivos de su estudio. Al respecto, algunos autores opinan que en los cuestionarios autoadministrados el anonimato generalmente contribuye a obtener datos más veraces y por consiguiente confiables.

Otro de los componentes más importantes del formulario lo constituye su cuerpo central, donde se incluyen las preguntas o ítem referentes a las variables que medirá según el problema y objetivos de estudio. Este generalmente se organiza en áreas o secciones, dependiendo de los aspectos que sean incluidos; en la ubicación de las áreas debe seguirse un orden lógico, agrupando todas las preguntas que se refieren a un mismo tema y continuando secuencialmente con las otras áreas. Por ejemplo, puede iniciarse con el área referente a datos generales del encuestado o fenómeno que se investigará y continuar con aquellas específicas a las variables en estudio.

También es recomendable incluir al final del formulario una sección para observaciones, donde se registre información particular relacionada con el encuestado, con las respuestas al instrumento u otro dato que sirva de referencia para la tabulación, análisis e interpretación de datos.

Finalmente, los formularios deben contener como dato de identificación del investigador el nombre de la persona que recogerá la información; además, debe registrarse la fecha y lugar donde se aplique el formulario.

Tipos de preguntas

Según los aportes y recomendaciones de Felipe Rojas Monerift y Alfonso Sánchez Pilonieta:

La pregunta abierta

En ésta el sujeto construye la respuesta, por tanto, se permite cualquiera. Por ejemplo, un test de ensayo utiliza preguntas de final abierto. Dejar que el interlocutor construya su respuesta es útil si se desea obtener información profundizada y también cuando el investigador no tiene seguridad acerca de cuál puede ser la respuesta.

Sin embargo, debe invertirse mucho tiempo en la interpretación y categorización de este tipo de respuesta antes de que sea posible analizarla. Su subjetividad inherente contribuye también a su baja confiabilidad.

La pregunta abierta se utiliza en forma amplia en las entrevistas en profundidad y en ciertos cuestionarios donde se desea alcanzar nivel profundo. Las

preguntas abiertas se emplean también muy a menudo en las primeras etapas de construcción de un cuestionario, aunque el fin último sea llegar a preguntas cerradas. El investigador puede determinar cuáles son las respuestas más probables a una pregunta, siempre que haya utilizado una muestra suficientemente amplia en su trabajo preliminar; a partir de este trabajo previo puede construir preguntas cerradas.

La pregunta cerrada

En éstas solo se permiten determinadas respuestas. Las posibles se incluyen en una lista y el interlocutor elige una de ellas. Por ejemplo, un ítem de un test de elección múltiple es una pregunta cerrada. Puesto que las preguntas cerradas limitan en gran medida lo que tiene que hacer el interlocutor, deben definirse muy bien las respuestas que probablemente ocurran. Si las elecciones no son suficientemente amplias, es decir, si no se ofrece una respuesta que ocurre con mucha frecuencia, puede perderse gran cantidad de información.

La ventaja principal de una pregunta cerrada es la facilidad con que pueden manejarse las respuestas. Resulta sencillo asignarles el puntaje y cuantificarlas.

Muchas clases de información pueden obtenerse sea mediante una pregunta cerrada o una abierta. Por ejemplo si un investigador estuviera interesado en averiguar los ingresos de determinada persona, podría buscar la información a través de preguntas abiertas de la siguiente manera:

¿Cuál es su sueldo?

O puede indagar la información mediante una pregunta cerrada, de esta manera:

- _____ más de \$70 000
- _____ \$60 000 a \$69 999
- _____ \$50 000 a \$59 999
- _____ \$40 000 a \$49 999
- _____ \$30 000 a \$39 999
- _____ \$20 000 a \$29 999
- _____ \$10 000 a \$19 999
- _____ \$9 999 ó menos

Si bien en este ejemplo la forma abierta proporcionaría la información más específica, quizás la forma cerrada sea deseable por razones de motivación y contacto con el interlocutor.

Formulación de las preguntas

¿Cómo llega el investigador a la pregunta precisa que utilizará en el cuestionario o en la ficha de entrevista? Puede formular las preguntas originales sea tratando de darles la forma que, según su previsión, tendrán al final, cuando se les use, o comenzar por preguntas muy poco estructuradas,

abiertas y llegar a la forma final solo después del trabajo preliminar de campo. Conviene que el investigador inexperto comience con preguntas no estructuradas, abiertas y no que intente desde el principio establecerlas en su forma final, pues es muy probable que pueda anticipar correctamente la manera en que serán interpretadas las preguntas, los efectos que tendrán sobre el interlocutor o el ámbito de las respuestas que probablemente ocurran.

En todo caso no debe establecerse la forma final de las preguntas hasta que el investigador haya determinado empíricamente, es decir, probando el instrumento con gentes semejantes a los interlocutores finales, que cada pregunta proporciona la información que se busca.

El lenguaje utilizado en las preguntas

Un principio básico en la formulación de preguntas es evitar el uso de expresiones lingüísticas que no sean familiares para el interlocutor. Aunque todo investigador lo sabe, es difícil evitar el uso de formas de lenguaje no familiares.

Al intentar el uso de expresiones familiares, el investigador puede comentar por inadvertencia la falta que desea evitar. Los investigadores, por lo común, de elevada educación y familiarizados con el lenguaje esotérico de su especialidad, dirán cosas que les parecen perfectamente obvias, pero que son incomprensibles para otras personas.

La falta de comprensión por parte del interlocutor hace evidente, por supuesto, que éste no puede proporcionar la información buscada aunque desee hacerlo. Es también probable que el uso de lenguaje no familiar deteriore la motivación del interlocutor para continuar su tarea y hasta llegue a destruir el vínculo.

El lenguaje utilizado, por supuesto, del tipo de persona de la cual tratamos de obtener información. Si la muestra es especializada, los problemas del lenguaje no serán tan difíciles. Un cuestionario destinado a miembros de la Asociación Médica norteamericana puede utilizar formas de lenguaje que solo son familiares para los médicos. Son embargo, en las encuestas transversales, donde la muestra incluye un vasto ámbito de personas, el problema del lenguaje es mucho más difícil.

Evitar las preguntas “de doble cañón”

Es importante asegurarse de que cada pregunta contiene solo una idea y evitar el uso de preguntas que los especialistas en encuestas denominan “de doble cañón”.

Cuando una pregunta contiene más de una idea, el investigador no puede saber con seguridad a cuál de ellas ha respondido un sujeto, y la respuesta no se puede interpretar.

Tomemos, por ejemplo, la siguiente pregunta “de doble cañón”: ¿Está usted en favor o se opone al servicio mutuo y a otras expansiones del sistema de seguridad social?. El interlocutor puede muy bien estar en favor del servicio médico mutuo, pero desear que el resto del sistema de seguridad social permanezca tal cual, o viceversa.

Este problema puede resolverse fácilmente haciendo dicha pregunta en dos separadas.

Ordenamiento de las preguntas

Un instrumento de encuesta, sea el cuestionario o una ficha de entrevista es algo más que una simple suma de las preguntas que contiene. Produce una impresión y afecta al interlocutor como conjunto y, por consiguiente, el investigador debe tener en cuenta en su planeamiento tanto el instrumento total como las preguntas individuales.

El instrumento, o por lo menos la parte de él que verá el interlocutor (que se encuentra íntegra en el cuestionario), debe ser atractivo, es decir, debe excitar el sentido estético del interlocutor. Más importante es el orden de las preguntas en el instrumento, que afectará tanto la motivación del interlocutor para completar su tarea como la validez de la información que se obtenga de él.

Las primeras preguntas

Las primeras preguntas del instrumento de encuesta sirven por lo común para establecer contacto, es decir, pueden no tener otro propósito que lograr el contacto con el interlocutor y motivarlo para continuar. Por consiguiente, esas primeras preguntas son muy importantes. Hasta que el interlocutor las ve o las oye, no tiene certidumbre acerca de qué aspecto presenta la encuesta y de si responder a ella será una experiencia agradable o desagradable.

Las primeras preguntas deben asegurar al interlocutor que el completar la entrevista o el cuestionario será interesante, y aliviar sus ansiedades respecto a su capacidad para desempeñar el papel de interlocutor.

En una encuesta destinada a determinar ciertos aspectos de la opinión pública acerca de las escuelas, por ejemplo, lo mejor sería comenzar con una pregunta como ésta:

¿Cree usted que en general, nuestro sistema escolar da un rendimiento bueno o pobre?

Es probable que el interlocutor esté interesado, en alguna medida, en la escuela y sepa algo acerca de ellas. También puede ser que posea opiniones bastante sólidas respecto de si éstas están dando un rendimiento bueno o pobre.

Marco referencial de respuestas

Como hemos dicho más arriba, el conjunto del instrumento de la encuesta produce una impresión sobre el interlocutor y establece un marco de referencia para éste que determina, en cierta medida, su modo de interpretar las preguntas y responder a ellas. El investigador debe por lo tanto, ocuparse de que las preguntas del instrumento estén ordenadas de modo de crear la pauta del pensamiento que produzcan la interpretación deseada de las preguntas. El marco de referencia, como el fraseo de las preguntas deben ser probados y establecidos empíricamente.

El cuestionario debe comenzar ubicándose “donde se encuentra el interlocutor”, es decir, con preguntas que éste pueda interpretar y contestar

fácilmente, e irse desarrollando en forma razonable y lógica. Sin embargo, lo que resulta razonable y lógico para el investigador, puede no serlo para el interlocutor.

Un ejemplo interesante de las consecuencias que ocurre cuando no se logra establecer un marco adecuado referencial, se encuentra en un experimento de la Oficina de Censos de los Estados Unidos. En una encuesta que estaba destinada a producir una estadística de empleo en todo el país, la Oficina de Censos formuló esta pregunta:

¿Realizó usted un trabajo lucrativo o remunerado en la última semana?

Los interlocutores interpretaron en su mayor parte que esta pregunta significaba si habían trabajado toda la semana anterior a tiempo completo, y los estudiantes y otros que no tenían empleo de tiempo completo tendieron a contestar que no. El resultado fue que se subestimó mucho la cantidad de gente empleada. La Oficina de Censos revisó el cuestionario de manera de establecer un marco de referencia adecuado. Lo logró preguntando primero a los interlocutores cuál era su actividad principal, y los alumnos por ejemplo, decían “asistir a la escuela”. Luego venía la pregunta:

¿Hizo usted un trabajo pagado o lucrativo en la última semana a parte de esa actividad principal?

Resultaba entonces claro para los interlocutores que el empleo de tiempo parcial quedaba incluido en la pregunta. La estimación oficial acerca del nivel de empleo, producida por el cuestionario revisado, sobrepasó en más de un millón la que se había logrado con el cuestionario original.

Secuencia de las preguntas

En cierto modo, el marco referencial e afín a la secuencia en que se formulan las preguntas. Por lo común se prefiere el denominado “ordenamiento en embudo”. En éste el instrumento comienza con las preguntas más generales y avanza progresivamente hacia otras menos generales, mientras que las más específicas se ubican al final.

Este ordenamiento se utiliza porque las preguntas específicas, si se formulan primero, pueden establecer un marco de referencia indeseable e influir en forma inapropiada en las respuestas a las preguntas que siguen. Las siguientes tres preguntas ilustran el ordenamiento en embudo:

1. ¿Cree usted que en general los Estados Unidos tienen buenas o malas relaciones con otros países?
2. ¿Qué opina en el caso de Rusia? ¿Cree usted que las relaciones de los Estados Unidos con Rusia tienden a mejorar o empeorar?
3. Algunos piensan que los Estados Unidos deberían ser más duros con Rusia y otros creen que en la actualidad lo es con exceso. ¿Cual es su opinión acerca de esto?

Si se formula primero la pregunta número 3, esto podría muy bien influir sobre la manera de responder a las preguntas 1 y 2. Por ejemplo, si una persona indicara que se debería ser más rudo con Rusia, es probable que dijera que las relaciones con Rusia no son buenas; es también probable, a su vez, que indicara que las relaciones de Estados Unidos con otros países tampoco son tan buenas.

Por consiguiente, las primeras preguntas que se formulan encauzan las posteriores.

Relación encuestador-encuestado. Motivación del interlocutor o encuestado.

Ya hemos mencionado varias veces la necesidad de motivar al interlocutor en una entrevista o situación de cuestionario. Esto es cierto porque los interlocutores pueden rehusarse a cooperar en la encuesta, o pueden dar información no fidedigna.

Cuando los encuestados fracasan en comenzar o completar la entrevista o cuestionario, se limita la extensión en que pueden generalizarse los resultados de la encuesta. El investigador tendrá cuidadosamente seleccionada su muestra e modo que sea representativa de algún grupo más amplio (población) acerca del cual desea extraer conclusiones. Lo que es representativo es la muestra en su conjunto. Cuando se pierda un individuo, sus características peculiares significan que la muestra total cambia de alguna manera, y resulta, por lo tanto, menos representativa que la población.

Se encontrará siempre, por supuesto, algunos rechazos, y en la medida en que estos comprometen la utilidad de los resultados de la encuesta está por lo común directamente relacionada con su número. Si el número de personas que rehúsan es relativamente pequeño no es probable que el resultado se vea tan afectado como cuando el número de rechazos es relativamente amplio. En todo caso, debe tratarse de que ese número se mantenga en el nivel más bajo posible.

Beneficio para el interlocutor

En general, el interlocutor debe sentir que tiene algo que ganar si se somete a una entrevista o llena un cuestionario. Se requiere algún esfuerzo y tiempo para realizar estas actividades, y no es probable que el encuestado se tome molestias simplemente para ser útil a alguien.

Puede motivársele para que cumpla la tarea requerida señalándole simplemente el elevado interés inherente a tal tarea. Sin embargo, por lo común se requieren medios más directos. Una técnica habitual consiste en apelar al ego del interlocutor potencial. La carta de presentación o el entrevistador pueden comenzar asegurándoles que sus opiniones son muy importantes. A veces resulta útil apelar a su altruismo. Por ejemplo se le asegura que el estudio en curso es importante para la educación. En otras

ocasiones se emplean recursos menos sutiles, y se ofrece pagar al encuestado que complete la entrevista o el cuestionario.

Impresión acerca de la institución que hace el requerimiento o del encuestador

Una de las primeras cosas que afectan la motivación del interlocutor es la impresión que le produce la persona o institución que requiere su cooperación en la encuesta. En el caso de su cuestionario, esta impresión la crea la carta de presentación.

En la situación cara a cara, la impresión inicial la da el entrevistador, y es más difícil establecer y mantener la motivación deseada. El entrevistador no puede tener un aspecto muy distinto del entrevistado, por ejemplo en la educación, su raza o su status socio económico. Si no es así, probablemente el interlocutor se mostrará suspicaz o atemorizado.

Si el entrevistador aparece en gran medida como una figura autoritaria, es decir, si su vocación es demasiado distinta o su posición en la vida está muy por encima respecto al encuestado, este puede sentirse amenazado y tender a ofrecer lo que él considera que son respuestas socialmente aceptables, más bien que las fidedignas. Puede ser en medida considerable, las respuestas que él cree que el entrevistador desea: Además, quizás se muestre reticente y reacio en la producción de respuestas, porque tiene conciencia de la diferencia del lenguaje y puede creer que el entrevistador no es capaz de comprender su posición.

Por consiguiente, el entrevistador debe mostrarse semejante, en varios aspectos, al entrevistado. Debe dar la impresión de ser neutral y aquiescente, es decir, no debe indicar una determinada posición con respecto a cualquiera de las preguntas. No tiene que dar la impresión de que desapruueba cualquiera de las respuestas que el encuestado desea dar,; todas las respuestas son aceptables.

Quando se planean y realizan encuestas, deben tenerse además en cuenta otras consideraciones. Hay que evitarlas preguntas guías, es decir, no formular las preguntas de manera que sea más fácil contestar en un sentido que en otro. Por ejemplo, si el investigador tiene interés en conocer las opiniones del interlocutor acerca de la ley de alquileres, puede expresar preguntas de esta manera: ¿Diría usted que está a favor de la ley de alquileres?.

Esta manera de decirlo es más fácil de responder por “sí” que por “no”. En otras palabras pregunta guía al interlocutor.

En una entrevista o cuestionario deben evitarse los términos que implican valoraciones. El investigador puede estar interesado en las opiniones acerca de la Unión Soviética por ejemplo, y si utiliza la expresión “Rusia comunista”, obtendrá resultados muy diferentes a los que lograría si usara la expresión “el pueblo ruso”. La palabra “comunismo” ha llegado a ser objeto de escarnio en

nuestra sociedad; no obstante, uno puede abrigar sentimientos amistosos hacia la gente que vive en Rusia.

Si es posible, las preguntas deben formularse de modo que las respuestas no dependan fundamentalmente de la memoria del interlocutor. Debe más bien referirse a acontecimientos que hayan ocurrido recientemente. Puesto que la memoria es selectiva, el confiar demasiado en ella puede introducir desviaciones en los resultados. Al estimar la audiencia de una estación de televisión educativa, por ejemplo, se puede lograr la evaluación menos desviada preguntando al interlocutor: "¿ha visto usted el canal X la semana pasada?", más bien preguntándole: "¿ha visto usted alguna vez el canal X?". Es muy probable que el interlocutor conteste "sí" a esta última pregunta.

Es mejor evitar, si es posible, las implicaciones emocionales. En general éstas resultan amenazas para la mayor parte de los encuestados y ponen en movimiento las defensas de Esto, a su vez, lleva a una distorsión de la información que se obtiene. Si es necesario abarcar áreas sensibles, debe tenerse mucho cuidado de que las preguntas estén formuladas de la manera menos amenazadora posible, y que se mantenga una completa permisividad y aceptación en la conducción de la entrevista. En otras palabras, hay que tratar por todos los medios de reducir la posibilidad de que el entrevistado movilice sus mecanismos de defensa.

Prueba preliminar (pretest)

Hemos hecho referencia varias veces a la necesidad de elaborar empíricamente numerosos puntos referentes al fracaso de la pregunta, secuencia de las preguntas y técnicas de la entrevista, ensayándolos en la realidad. En verdad, la prueba preliminar es absolutamente esencial para la preparación de cualquier encuesta. Por más experimentado que sea el investigador, por más que conozca su zona temática o comprenda la naturaleza humana, no puede estar seguro de la manera en que la gente reacciona a un cuestionario o a una encuesta.

Las personas utilizadas en una prueba preliminar deben representar la población de la que se obtendrá la muestra en todo el ámbito de variables relevantes. No es necesario que el grupo de prueba preliminar sea representativo en el sentido de que tenga proporciones adecuadas en todos los niveles, en lo que respecta a las variables. Buena parte de la prueba preliminar debe realizarse cara a cara, aunque el instrumento final sea un cuestionario, y hay que alentar a las personas implicadas para que hagan comentarios, formulen preguntas si no entienden algo y señalen las ambigüedades. La prueba preliminar es el momento en que deben descubrirse y eliminarse los puntos débiles del instrumento.

