

The SAGE Handbook of Survey Methodology

Christof Wolf, Dominique Joye, Tom W. Smith y Yang-chih Fu (eds.)
(Thousand Oaks, Sage, 2017)

El libro objeto de esta reseña es la última publicación incluida dentro de la colección «manuales de referencia» (*reference of handbook collection*), publicada por la editorial SAGE, una editorial de reconocido prestigio en el ámbito de la sociología y la investigación social.

La obra, un «mastodóntico» texto de 740 páginas con 43 capítulos, recoge las últimas aportaciones en investigación con encuestas. La idea del texto surgió en la cuarta conferencia de la Asociación Europea de Investigación con Encuestas (*European Survey Research Association-ESRA*), celebrada en el verano de 2011 en Lausana, encargando el desarrollo del mismo a un grupo de expertos de marcado carácter internacional. En 2014 los editores seleccionaron los temas del libro y los autores a desarrollar cada uno, y los textos fueron entregados a mediados del 2016 (de hecho, aunque en la ficha del libro aparece el año 2016, la publicación tuvo lugar el 9 de febrero de 2017). De modo que se trata de un estado de la disciplina a mediados del 2016.

Desde las primeras páginas se enfatiza la importancia de la investigación supranacional, y ya en la primera línea de la introducción se señala que la metodología de encuestas está cambiando rápidamente en la era de Internet y la globalización. *Todos somos conscientes de que vivimos en el momento de mayor globalización de la historia, que afecta no solo a las economías, los entornos y las culturas, sino también a la investigación con encuestas.* Esta situación, consideran los editores, obliga a concebir la investigación desde una perspectiva global ya que las encuestas se realizan actualmente en sociedades muy diferentes.

Los 43 capítulos que forman el libro están divididos en nueve partes, las cinco centrales (de la tercera a la séptima) organizadas siguiendo la secuencia de etapas de una investigación con encuesta (Alvira, 2011). Los primeros ocho capítulos y los diez últimos «escapan» de esa organización. En los primeros se introduce al lector a la disciplina con cuatro capítulos que presentan los desafíos de la investigación con encuestas, se definen los conceptos clave, se explica la *teoría del error total*, y los retos que supone la investigación comparada, uno de los objetivos fundamentales del texto.

Presentada la disciplina, en la segunda parte (del capítulo 5 al 8) se procede a una reflexión de la sociedad que «sufre» las demandas de cooperación de responder encuestas. Esta parte es la más reflexiva del texto, donde se plantean los desafíos futuros de la investigación, principalmente por el descenso de la tasa de respuesta y la pérdida de relevancia de

los resultados de las encuestas. Son capítulos que abordan aspectos novedosos, como el «clima hacia las encuestas» (capítulo 6), los principios éticos de las encuestas y de la investigación de mercados (7), y una exhaustiva descripción histórica de la investigación con encuestas (capítulo 8). La historia se inicia en las primeras «indagaciones» realizadas en Roma hace más de 2.000 años y finaliza en la segunda década del siglo XXI, caracterizada por el descenso en las tasas de respuestas y el impacto generado por el cambio de la telefonía fija al móvil.

Introducido el lector en la materia, las siguientes cinco partes del texto (de la tercera a la séptima) se organizan considerando las etapas de una investigación con encuesta. Así, los cinco capítulos de la tercera parte (del 9 al 13) están dedicados a la *planificación* de la investigación (*planning a survey*), planificación en sentido amplio, puesto que la «pregunta» de investigación está acompañada de una profundización de la teoría del error total, planteamiento teórico dominante en este momento (Biemer *et al.*, 2017). Dentro de la planificación se considera también la elección del modo para llevar a cabo la recogida (presencial, telefónica, etc.), así como los retos que supone investigar en contextos multiculturales y multinacionales, incluidas las sociedades que se encuentran en procesos violentos.

La pregunta de investigación precede a la medición, la parte más extensa al agrupar siete capítulos, del 14 al 20. Esta cuarta parte comienza con los principios elementales de la «medición» en investigación social, para continuar con los retos que implica la medición mediante «preguntas y respuestas», con la intervención tanto de aspectos psicológicos como socioculturales (capítulo 15, modelos cognitivos de comprensión y formulación de respuestas). Posteriormente se procede a la elaboración del instrumento de medida, con dos capítulos dedicados a esta tarea, que se ven complementados con un capítulo centrado en cómo adaptar el cuestionario al modo empleado para la recogida la información. Esta parte concluye con dos capítulos dedicados a la investigación multicultural. El primero aborda cómo llevar a cabo la traducción de instrumentos de medida y el siguiente alude a cómo esta traducción debe adaptarse a los usos culturales de cada sociedad. Utilizando como ejemplo un concepto fácilmente operacionable como es el nivel de estudios, la sociedad norteamericana lo mide según los años de escolarización, mientras que en España se suele preguntar por el nivel máximo de estudios alcanzados, no haciendo referencia al número de años escolarizado. A esto se refiere el citado capítulo cuando dice que la traducción debe adaptarse a los usos culturales: esto es, no solo deben traducirse los términos, sino adecuarse a los usos de cada sociedad concreta.

Construido el instrumento se procede a la selección de la población a entrevistar, con tres capítulos dedicados a la explicación de la lógica muestral: definición conceptual (capítulo 21), desarrollo de métodos no probabilísticos y, de nuevo, la complejidad que supone realizar muestreos en la investigación comparada a nivel internacional.

Finalizado el cuestionario (cuarta parte), y ya seleccionada la muestra a entrevistar (quinta parte), a continuación se procede con la recogida de información, aspecto que es abordado en cinco capítulos. El primer paso (de la recogida) es la comprobación de que el cuestionario está correctamente construido, esto es, el pilotaje del cuestionario. Seguidamente se procede con la planificación del trabajo de campo, sin duda uno de los aspectos menos tratados en compilaciones similares (Díaz de Rada, 2015), para exponer cómo utilizar la información recogida que no es proporcionada por el entrevistado (paradatos). La no respuesta total, y cómo el empleo de incentivos pueden reducirla, ponen fin a la sexta parte del libro.

Recogida la información se procede con su análisis, que implica la ponderación de los datos y el análisis estadístico, tratando siempre de asegurar la confidencialidad de la información proporcionada por los entrevistados. Esta séptima parte finaliza con un capítulo dedicado a la armonización del análisis en la investigación internacional. El primer capítulo de esta parte estaba dedicado a la elaboración de una documentación técnica para que la investigación pueda ser utilizada por otros investigadores en el futuro, un tema que —consideramos— debiera estar colocado al final de esta parte, junto con la investigación internacional, o más adelante, en un capítulo específico sobre análisis secundario (capítulo 40). Resulta llamativa la ausencia de un capítulo sobre la presentación de los resultados, bien a través de un informe escrito o de cualquier otro medio.

«Finalizada» la investigación, la octava parte del texto se dedica a la evaluación y mejora de la calidad de la información, abordando aspectos como el concepto de calidad, la medición de la no respuesta total y cómo mitigar su influencia, la falta de información en algunas preguntas (no respuesta parcial), y estrategias para asegurar la comparación internacional. Dada la importancia de estos aspectos no se comprende su colocación dentro del texto, una vez «finalizada» la investigación, en un momento en el que poco puede hacerse para aumentar la calidad. A juicio del autor de estas líneas, esta octava parte debiera ser la tercera, antes de proceder con la definición del problema.

El texto termina (parte novena) con cuatro capítulos que reflexionan sobre el futuro de la investigación con encuestas, donde cobra una gran importancia la investigación secundaria en la medida en que cada vez se recoge más información que no llega a ser utilizada (capítulo 40). Otro aspecto con gran proyección futura es la posibilidad de unir la información de encuestas con registros, siempre que se respeten los principios de privacidad y confidencialidad. En los dos últimos capítulos se aborda cómo complementar los datos de encuestas internacionales con datos contextuales a nivel nacional, reflexionando sobre la globalización de las encuestas.

A mi juicio, la principal ventaja del texto es su focalización hacia la investigación supranacional, en un momento en el que existe un gran número de investigaciones de este tipo (Eurobarómetro, Comparative Study of Electoral Systems, Encuesta Mundial de Valores, Encuesta Social Europea, International Social Survey Program, etc.) que precisan de metodologías idénticas en todos los países donde se realizan (entre otros, Jowell *et al.*, 2007; Smith, 2010). En uno de los últimos seminarios internacionales de la Encuesta Mundial de Valores (Universidad de Almería, 19 y 20 de octubre del 2017), en la sesión de apertura, Juan Díez Nicolás (uno de los sociólogos españoles más importantes) señaló que el futuro de la investigación social sería la investigación comparada a nivel internacional, que la investigación dentro de un solo país está perdiendo sentido. Este texto da buena lógica de ello, colocando —al final de cada una de las nueve partes en las que es dividido el libro— un capítulo sobre investigación supranacional.

Otro de los aspectos a destacar es la profundidad en el tratamiento de cada uno de los temas planeados, superando notablemente el muy citado texto de W. Donsbach y M. W. Traugott (*The SAGE Handbook of Public Opinion Research*), en el que el lector se quedaba con la sensación de que los capítulos realizaban una síntesis, un breve «estado de la cuestión» de los temas planteados, pero sin entrar en profundidad en todos los aspectos relacionados con la temática en cuestión. En el libro objeto de esta recensión la impresión es justo la contraria, creando la sensación de que el lector está al día de TODA la investigación sobre, por ejemplo, el uso de incentivos en encuesta, no respuesta, etc. En este sentido, el autor de

esta recensión está de acuerdo con una frase de los editores, presente en la introducción, cuando señalan que este texto es una herramienta esencial que todos los implicados en la investigación con encuestas debieran dominar.

No menos importante es el elenco de autores participantes, 73 expertos sobre la materia que realizan su actividad a ambos lados del Atlántico, superando así compilaciones similares escritas mayormente por expertos norteamericanos (entre otros, Biemer *et al.*, 1991 y 2017; Marsden y Wright, 2010) o europeos (entre otros, De Leeuw, Hox y Dillman, 2008; Gideon, 2012).

Su principal inconveniente, desde el punto de vista del autor de esta recensión, es su elevado precio: 175 dólares en su edición de papel y 89 en formato electrónico¹, que supone una importante reducción del público interesado y que limita su adquisición a instituciones como bibliotecas universitarias, centros de investigación o empresas de investigación. Es posible que esto explique el escaso número de publicaciones científicas que citan el texto. Otro aspecto a considerar es su tamaño, sus 740 páginas presentan un formato que disuade a un lector interesado en abordar la lectura. La publicación en dos volúmenes, aun cuando hubiera encarecido el texto, hubiera facilitado su difusión y manejo.

por Vidal DÍAZ DE RADA
Universidad Pública de Navarra
vidal@unavarra.es

Bibliografía

- Alvira, Francisco (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: CIS.
- Biemer, Paul; Groves, Robert M.; Lyberg, Lars E.; Mathiowetz, Nancy A. y Sudman, Seymour (eds.) (1991). *Measurement Error in Surveys*. New York: Wiley.
- Biemer, Paul P.; Leeuw, Edith de; Eckman, Stephanie; Edwards, Brad; Kreuter, Grauka; Lyberg, Lars E.; Tucker, N. Clyde y West, Brady T. (eds.) (2017). *Total Survey Error in Practice: Improving Quality in the Era of Big Data*. New York: Wiley.
- De Leeuw, Edith; How, Joop J. y Dillman, Don A. (eds.) (2008). *International Handbook of Survey Methodology*. New York: Lawrence Erlbaum Associates and European Association of Methodology.
- Díaz de Rada, Vidal (2015). *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. Madrid: CIS.
- Donsbach, Wolfgang y Traugott, Michael W. (2008). *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*. London: Sage.
- Gideon, Lior (2012). *Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences*. New York: Springer.
- Jowell, Roger; Roberts, Caroline y Fitzgerald, Ronald (2007). *Measuring Attitudes Cross-nationally: Lessons from the European Social Survey*. London: Sage Publications.
- Marsden, Peter V. y Wright, James D. (eds.) (2010). *Handbook of Survey Research* (2ª ed.), Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Smith, Tom M. (2010). «Surveying across Nations and Cultures». En: Marsden, P. V. y Wright, J. D. (eds.). *Handbook of Survey Research* (2ª ed.). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

¹ 153 y 78 euros respectivamente, considerando un cambio de 0,8772.