

DESEÑO E APLICACIÓN DE FERRAMENTAS DE ANÁLISE SOCIOLINGÜÍSTICA

Impartido por:

Isabel Suárez Fernández
Antonio Fernández Salgado
Xaquín Loredó Gutiérrez

CAPÍTULO 1

DESEÑO E APLICACIÓN DE FERRAMENTAS DE ANÁLISE SOCIOLINGÜÍSTICA

1. INTRODUCCIÓN

A planificación lingüística é unha actividade bastante común en calquera parte do mundo, que se produce cada vez que unha persoa ou grupo de persoas toman unha decisión que afecta á lingua ou linguas que utiliza unha comunidade (Moreno Fernández, F.,1991); é dicir cada vez que alguén intenta influír na forma en que se ten que utilizar unha determinada lingua (Christian D, 1990). Non obstante, non se debe confundir esta práctica co estudo da planificación lingüística como corrente de investigación, isto é, como disciplina científica (Moreno Fernández, F., 1991).

Como disciplina científica, o termo xurdiu no ano 1959 a raíz de un traballo de Einar Haugen sobre a situación lingüística en Noruega. Neste traballo, Haugen definía a planificación lingüística como “a actividade de preparar un dicionario, ortografía e gramática normativos para guiar a escritores e falantes dunha comunidade de fala non homoxénea”.

Segundo Weinstein (1980), “planificación lingüística é un esforzo autorizado polo goberno, a longo prazo, continuado e consciente para modificar a función dunha lingua nunha sociedade co obxectivo de resolver problemas de comunicación”. Pode supoñer unha avaliación de recursos, unha toma de decisións complexa, a asignación de funcións diferentes a linguas ou a variedades dunha lingua diferentes dentro dunha comunidade. A planificación lingüística pode adoptar diversas formas e producir moitos resultados diferentes.

Ademais a planificación lingüística converteuse en parte da construción nacional moderna, xa que a identificación de lingua e nación é unha tendencia salientable no mundo moderno. Cada novo país quere unha lingua propia, e a lingua convértese en expresión fundamental do sentimento nacionalista, como se observa no caso do finés, galés, noruegués, romanés, búlgaro, ucraino, irlandés, bretón, vasco, xeorxiano, hebreo... e polo tanto, os gobernos tiveron que planificar para desenvolver ou promover certas linguas e ás veces para entorpecer o desenvolvemento doutras ou para degradalas.

A planificación lingüística é un intento de intervir deliberadamente no desenvolvemento dunha lingua ou dunha das súas variedades. Ese intento pódese centrar no seu estatus en relación con outra lingua ou a variedade, planificación do estatus, ou ben na súa condición interna co fin de cambiar esa condición, planificación do corpus, ou en ambas as dúas cousas, xa que estas non se exclúen mutuamente.

A planificación do estatus modifica a función dunha lingua ou dunha variedade dunha lingua e os dereitos dos que a falan. Por exemplo cando un goberno declara que a partir dun momento dado se recoñecerán oficialmente dúas linguas no canto dunha delas unicamente para todas as funcións, a lingua acaba de obter ese recoñecemento de estatus.

A planificación do corpus trata de desenvolver unha variedade dunha lingua ou unha lingua, xeralmente co obxectivo de estandarizala, e, proporcionarlle os medios necesarios para que poida servir para todas as funcións posibles dunha lingua nunha sociedade. Polo tanto, a planificación do corpus debe implicar cuestións coma o desenvolvemento dunha ortografía, de novas fontes de vocabulario, de dicionarios, dunha literatura e o cultivo deliberado de usos novos, de forma que a lingua se poida estender a áreas coma o goberno, a educación ou o comercio. Temos que ter en conta ademais que, do mesmo xeito que a planificación pode ser deliberada ou desenvolverse de forma un tanto irregular ou accidentada, tamén os resultados poden ser intencionados ou diferentes dos pretendidos.

Tamén temos que ter en conta outra cuestión, e que en parte é a que vai tratar este curso, e que se refire a cal é o tipo de datos axeitado que se debe ter en conta na planificación ou en calquera estudo previo que se desexe realizar. A planificación, ou calquera estudo sociolingüístico, debe basearse en información apropiada, pero esta información que se manexa a miúdo para a toma de decisións non é en todos os casos completamente fiable. Os encargados dos censos, por exemplo, poden ter numerosas dificultades para determinar simplemente quen fala que linguas cando e con que fins. Estas cuestións son moi complexas, e os que recollen os datos poden ter moitas dificultades para obteren respostas a preguntas moi sinxelas. Pódense obter ademais respostas diferentes segundo a forma en que un formula as preguntas. ¿Cal é a túa lingua materna? ¿Cal foi a primeira lingua que aprendiches? ¿Que linguas falas? ¿Que linguas falas na casa? ¿Que linguas falas con fluidez? ¿Falas galego? E ademais, as preguntas e a forma en que se responde a elas pode ter unha motivación política. As diferentes respostas están ademais suxeitas a diversas interpretacións.

Por outra banda, é máis doado obter certo tipo de información nunhas ocasións ca noutras. Durante a segunda guerra mundial moitas persoas en EEUU aparentemente ocultaban información relativa á súa etnicidade alemá ou ao seu dominio do alemán. Recentes censos feitos no Canadá mostran que cada vez máis xente afirma que é bilingüe en inglés e francés, pero a penas se trata de verificar estas autoavaliacións, aparentemente abonda con que a xente estea disposta a afirmalo. Hai que actuar sempre con cautela na interpretación de datos non tratados extraídos de censos.

Ademais, preguntas formuladas en intervalos de dez anos, por exemplo, poden tamén dar lugar a respostas diferentes, debido en parte aos cambios cuantificables e obxectivos que se puideron producir, mais tamén a cambios psicolóxicos de natureza menos cuantificable e máis subxectiva. Un exemplo é a redescuberta nos EEUU da etnicidade a partir de finais do século XX. Por tanto hai que ter en conta que un aspecto desta planificación lingüística que non se debe esquecer son os sentimentos das persoas sobre quen son, que falan e que dereitos deberían ter, por exemplo, os falantes do cantonés e o mandarín insisten en que falan a mesma lingua a pesar de que os lingüistas neguen isto, este sentimento de identidade é tan importante na planificación lingüista como o feito da diferenza observado polos lingüistas.

2. CONEXIÓN ENTRE A METODOLOXÍA EMPREGADA NA INVESTIGACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA E A TEORÍA SOCIAL

As ciencias sociais veñen proporcionar ao estudo das relacións entre as linguas en contacto o background teórico (no que son fundamentais as contribucións de autores como Fishman, Bernstein ou Bourdieu) e as ferramentas metodolóxicas necesarias para a análise rigorosa deste obxecto de estudo. Na Socioloxía norteamericana, o interese polos estudos empíricos de tipo sociolingüístico relaciónase cunha liña de investigación que experimentou un auxe notable durante a década dos sesenta do século XX. Nela abordábanse os aspectos lingüísticos ligados aos problemas de integración das minorías étnicas. Por outro lado e, coincidindo no tempo, a aparición en diferentes lugares do mundo de novos estados independentes coa necesidade de resolver problemas de natureza lingüística, incidiu de maneira inequívoca no desenvolvemento deste obxecto de estudo (Cooper, 1997).

Nas ciencias sociais existen dous grandes enfoques teóricos que inciden na forma de acceso ao estudo da realidade social. Estes son o positivismo, herdeiro dos grandes

teóricos das ciencias sociais do século XIX e comezos do XX (Comte, Durkheim), e que se caracteriza pola procura dos feitos ou causas dos fenómenos sociais con independencia dos estados subxectivos dos individuos; e o enfoque fenomenolóxico, que conta tamén cunha ampla tradición (Berger e Luckmann, Husserl, etc) e que se caracteriza, pola contra, polo interese por entender os fenómenos sociais desde a perspectiva do propio actor.

Desde a perspectiva do positivismo, o investigador social debe considerar os feitos sociais como “cousas” que exercen unha influencia externa sobre as persoas, mentres que desde o enfoque fenomenolóxico, a realidade que importa é aquela que as persoas perciben como importante.

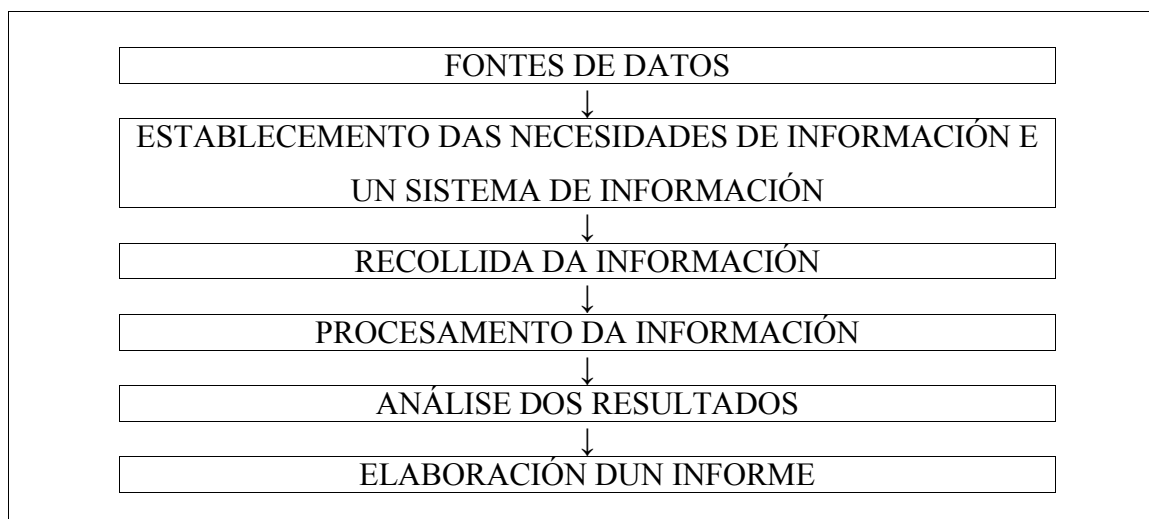
Dado que positivistas e fenomenólogos abordan diferentes tipos de problemas e procuran diferentes clases de respostas a estes problemas, as súas investigacións esixen diferentes metodoloxías. Dun xeito semellante ao modelo de investigación nas ciencias naturais, o positivista busca as causas mediante métodos como cuestionarios, inventarios e estudos demográficos, que producen datos sobre os que é posible un posterior tratamento estatístico. O fenomenólogo, pola contra, busca comprensión por medio de métodos cualitativos tales como a observación participante, a entrevista en profundidade ou o grupo de discusión, que xeran datos descritivos. O seu obxectivo final é o que Weber (1968) denomina *verstehen*, comprensión a un nivel persoal dos motivos e crenzas que están detrás das accións da xente.

Estes dous grandes enfoques influíron de maneira determinante nas perspectivas de achegamento ao estudo empírico sobre as linguas en contacto.

3.A INVESTIGACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA, A ANÁLISE DO CONTORNO E AS FONTES DE DATOS EXISTENTES PARA ELABORAR UN DIAGNÓSTICO

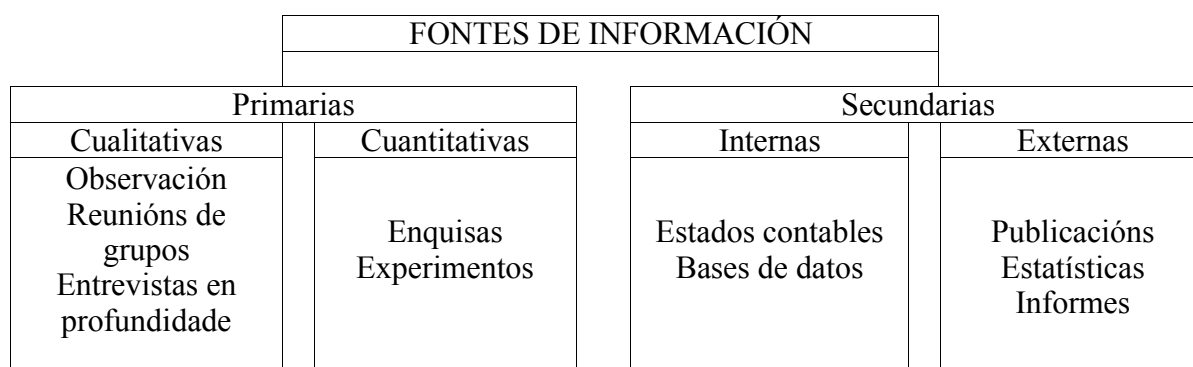
De xeito semellante ao proceso que se segue en calquera intervención social, para abordar un proceso de intervención sociolingüística determinada é necesaria a realización dos estudos e investigacións axeitados aos fins que se busquen. A información vai ser un elemento chave para levar a cabo calquera tipo de actividade ao respecto. Contar coa maior cantidade e calidade de información posible será indispensable na elaboración inicial dun diagnóstico sociolingüístico da sociedade ou poboación sobre a que se quere actuar.

O proceso de xestión da información nun estudo ou nunha campaña de intervención lingüística pode ser a seguinte:



3.1 As fontes de datos

Antes de iniciar calquera investigación ou diagnóstico sociolingüístico, o normalizador ten que estudar e coñecer as fontes de información que debe e pode consultar. Estas fontes de datos agrúpanse en:



3.1.1 Fontes de datos secundarias

As fontes secundarias son aquelas que fan referencia a datos xa existentes, xerados con anterioridade á necesidade de información concreta do investigador, pero que poden achegar moita luz sobre o problema formulado.

As fontes secundarias poden ser internas ou externas. As primeiras refírense a datos internos que posúe a propia organización e as segundas conteñen datos orixinados fóra dela. Un exemplo de fontes internas son os informes que fan algúns concellos e as universidades sobre a situación sociolingüística nestas organizacións. Con respecto ás fontes externas, as máis relevantes en materia sociolingüística e para Galicia son o Mapa Sociolingüístico de Galicia, o Censo de poboación e o CIS (Conocimiento y uso de las lenguas en España, 1994) e a Enquisa de condicións de vida das familias 2003.

Hai tamén estudos dirixidos a actividades e colectivos específicos coma o de Xan Bouzada e Anxo Lorenzo sobre a lingua nas actividades económicas e comerciais ou o de Guillermo Rojo sobre as actitudes lingüísticas do profesorado de EXB en Galicia.

3.1.2 Fontes de datos primarias

As fontes de datos primarias son aquelas ás que o investigador acode para obter información específica de primeira man. Supón acudir ao contorno social para extraer directamente a información necesaria.

As fontes de investigación baseadas en fontes primarias divídense en cualitativas e cuantitativas. As primeiras son estudos exploratorios sobre algún problema en concreto, baseados en mostras reducidas e non representativas, onde non se persegue facer inferencia sobre un universo, senón que se intenta profundar nunha cuestión ou sondar aspectos dificilmente rexistrables con fontes cuantitativas. As segundas procuran inferir sobre un universo a partir dunha mostra representativa, da que se extraen conclusións sobre a poboación obxecto de estudo.

3.1.3 Principais fontes de consulta

Os primeiros estudos empíricos sobre a situación sociolingüística en Galicia aparecen durante a década dos 70, nun momento da historia recente de España no que a necesidade de dar resposta á realidade plurilingüe do Estado español ocupa boa parte do debate político (Pérez Vilariño, 1979). Tratábase, na súa maior parte, de estudos realizados por sociólogos, nos que se trataba de determinar o nivel de coñecemento, uso e aceptación das diferentes linguas “rexionais” (Suárez Fernández, no prelo).

O primeiro deles de ámbito estatal, o Informe Foesa (De Miguel, 1970), consistía nunha enquisa realizada entre amas de casa para coñecer o número de falantes, o nivel de competencia e as actitudes lingüísticas das diferentes linguas minorizadas. Aportaba datos sobre competencias, usos e actitudes lingüísticas das amas de casa galegas.

Outro dos estudos pioneiros, tamén centrado nas amas de casa, foi o de M. Ayestarán e J. de la Cueva (1974), “Un análisis sociológico de la galleguidad y del conflicto lingüístico gallego”. Nesta investigación incídese na oposición rural/urbano dos falantes e na existencia de actitudes negativas cara ao galego. Os autores definen a situación sociolingüística galega como de “bilingüismo con diglosia”.

En 1977 R. Ruiz Fuentes e J. Pérez Vilariño (1977) en “Vivir en Galicia”, definían a situación sociolingüística galega como diglósica, proponendo como medida correctora a introdución da materia de lingua galega no sistema educativo. Sen embargo, un dato que lles resultaba alentador de cara ao futuro era o que denominaban “revalorización” do galego. Ese concepto baseábase no papel que estaría chamado a cumprir o galego como elemento simbólico da identidade colectiva, e que se traduciría nun futuro aumento do seu uso “en las zonas más urbanizadas y entre las personas más jóvenes (15-24 años) y más cultivadas”.

En “La cuestión regional española”, S. do Campo et al. (1977), afirmaban que, pese a ser Galicia a comunidade onde máis se falaba o idioma propio (81,4%), as actitudes lingüísticas da poboación eran marcadamente castelanizadoras.

En 1979 o estudo “Dependencia y discriminación escolar en Galicia” (Pérez Vilariño: 1979) elabora un modelo psico-social explicativo do logro académico dos escolares

galegos, e conclúese que a discriminación escolar en Galicia, pasa “necesariamente y en primer lugar por la escuela”.

Entre os anos 80 e os 90 o ámbito educativo segue a ser o obxecto principal de preocupación, se ben proliferan tamén as investigacións sobre a situación doutros sectores sociais (Rubal e Rodríguez Neira, 1987; Rodríguez Neira e López Martínez, 1988; López Muñoz, 1989; Rubal et al., 1992; Bouzada, 1993).

A comezos da década dos 90 do século pasado a Comisión Europea encarga un estudo transnacional para coñecer a situación de 48 grupos lingüísticos minoritarios de Europa (Nelde, Strubell e Williams, 1996).

A partir da década dos 90 do século pasado empezan a aparecer estudos de tipo macro-sociolingüístico sobre as comunidades con lingua propia.

En Galicia, os Censos de Poboación e Vivendas de 1991 incorporan por vez primeira preguntas sobre coñecemento e uso do idioma galego, repetindo posteriormente o Censo de 2001 a mesma estrutura de preguntas (IGE, 1992; IGE, 2004). Os Censos de Poboación e Vivendas (IGE, 1992; IGE, 2004) permiten observar periodicamente a evolución das principais tendencias sociolingüísticas. Hai que sinalar, sen embargo, que as preguntas incluídas neles sobre coñecemento e usos lingüísticos teñen algunhas limitacións xa que unha persoa soa contesta por todas as do fogar. A pregunta máis relevante neste tipo de estudos, a referida á lingua habitual ten só tres alternativas de resposta: “sempre”, “ás veces” e “nunca”, referidas ao uso do galego. Non permite, polo tanto, coñecer os usos do castelán (interpretase que a práctica totalidade dos que non falan nunca galego son monolingües en castelán) nin doutras linguas, nin afondar no sentido dos usos bilingües (qué lingua se fala en maior e menor medida). Por outro lado, a pregunta referida ao coñecemento do galego só permite emitir respostas de tipo dicotómico (si/non) para cada unha das catro destrezas. Pese as limitacións descritas, os censos son unha fonte obrigada de consulta, en particular se pretende coñecer a situación cos datos desagregados a nivel de concello.

Entre 1994 e 1996 publícase os tres volumes dos que consta o Mapa Sociolingüístico de Galicia, en diante, MSG (Seminario de Sociolingüística da RAG, 1994, 1995 e 1996). O MSG partía dunha enquisa con 148 preguntas aplicada a 38.897 individuos maiores de 16 anos. Os datos obtidos tiñan representatividade a nivel de sector. Os 148 ítems do cuestionario organizábanse en torno a tres dimensións sociolingüísticas clave: competencias lingüísticas (capacidade para entender e expresarse en galego, tanto a nivel oral como escrito), usos (utilización do galego en diferentes ámbitos e situacións comunicativas) e actitudes lingüísticas (predisposición cara ao galego en diferentes contextos).

O CIS publica os resultados de dúas enquisas sobre o coñecemento e uso das linguas en España: *Conocimiento y uso de las lenguas en España* (Siguán: 1994) e *Conocimiento y uso de las lenguas* (Siguán: 1999) permitindo comparar os resultados nas diferentes comunidades do Estado español (CIS, 1994 e 1999). Para a primeira realizáronse, en Galicia, 681 entrevistas, nas que se indagaba nas competencias en galego e castelán, na lingua habitual en diferentes situacións de comunicación, nas preferencias lingüísticas en distintas situacións, na lingua dos ascendentes e descendentes e, finalmente, nos ámbitos de adquisición das dúas linguas. Na segunda, o tamaño da mostra era, novamente, de 681 entrevistas. Á parte dos temas analizados na enquisa anterior, introducíase un novo aspecto relacionado coa identidade colectiva e o nivel de nacionalismo.

Do ano 1997 é a publicación “O Futuro da Lingua. Elementos sociolingüísticos para un achegamento prospectivo da lingua galega”, froito da colaboración entre o sociólogo X. Bouzada e o lingüista A. Lorenzo. Trátase do resultado dunha investigación na que se analiza a dinámica normalizadora nos ámbitos socioeconómicos e nas comunidades locais e na que se desenvolven imaxes prospectivas do futuro do proceso normalizador. A metodoloxía empregada combinaba metodoloxías de tipo cualitativo (entrevistas en profundidade a 60 actores pertencentes a diferentes colectivos e entidades), cuantitativo (enquisas a máis de 100 empresas galegas) e de análise prospectiva.

En 1998 publícase un estudo sobre a situación sociolingüística no Concello de Vigo: “Estudo sociolingüístico sobre a situación da lingua galega no Concello de Vigo” (Vaamonde Liste o al.,1998). Trátase dunha enquisa sobre unha mostra de 1403

individuos, e pretende servir de diagnóstico a unha futura planificación lingüística na cidade.

En 2001 publícase “Situación da Lingua Galega no Concello de Santiago de Compostela” (Cidadanía-Rede de aplicacións Sociais, 2001). Nel empréganse metodoloxías de tipo cuantitativo (explotáronse os datos do MSG referidos á cidade) e cualitativo (análises DAFO dos distintos sectores sociais da sociedade santiaguesa).

No ano 2002 publicanse os volumes I e II do “Informe de Política Lingüística e Normalización en Galicia”. O primeiro volume analiza o impacto das iniciativas en materia de política lingüística desde os inicios do Goberno autonómico galego. Entre as novidades deste estudo cómpre destacar o emprego de ferramentas analíticas do ámbito da politoloxía. No segundo elabórase un diagnóstico da situación do proceso de normalización da lingua galega no ámbito escolar -ensino infantil e primario- utilizando como estratexia metodolóxica a triangulación de datos cuantitativos e cualitativos.

Tamén de 2002 é o libro “Falar galego: no veo por qué”, de A. Iglesias. A autora revisa a teoría das actitudes lingüísticas e realiza unha análise das ideoloxías lingüísticas en Galicia empregando unha técnica cualitativa moi frecuente no ámbito da socioloxía, o grupo de discusión.

En 2003 aparece unha revisión da situación sociolingüística na cidade de Vigo (Vaamonde Liste et al.), e “O galego segundo a mocidade” do Seminario de Sociolingüística da RAG, no que se aborda a inconsistencia atopada polo MSG entre as competencias, os usos e as actitudes lingüísticas da mocidade galega e explóranse novas vías de investigación das actitudes lingüísticas. Os autores apostan pola triangulación de metodoloxías experimentais e cualitativas, dándolle protagonismo á dimensión latente das actitudes lingüísticas.

A Enquisa de Condicións de Vida das Familias de 2003 (en diante ECVF, 2004) introduce un módulo específico sobre coñecemento e uso do galego utilizando a estrutura das preguntas do MSG (IGE, 2004). Deste xeito, é posible realizar unha análise diacrónica da situación da lingua galega na última década. Para acadar este

obxectivo era imprescindible utilizar un instrumento de medida semellante ao do MSG, o que evitaría os problemas para facer comparanzas entre diferentes fontes que se atoparan no pasado. Actualmente, a ECVF é a maior enquisa que se realiza en Galicia, pois o tamaño da mostra é de preto de 6.500 fogares e na que participaron un total de 18.019 individuos.

3.2 Establecer as necesidades de información e un sistema de información

Cando xa se coñecen as distintas fontes de información hai que reflexionar sobre cáles van ser as necesidades de información tanto as presentes como as futuras. A información é necesaria para coñecer o posicionamento da lingua e o previsible comportamento da comunidade.

3.3 A recollida da información

A recollida da información consiste en acudir ás fontes e recoller a información que se precisa e para iso acudimos ás fontes secundarias e ás primarias.

Primeiramente hai que realizar un estudo exhaustivo da información sobre o problema formulado a través de libros, estatísticas ou informes. Tense que esgotar ao máximo esta posibilidade, xa que a recollida de información das fontes primarias é normalmente máis custosa.

Se a consulta de fontes secundarias non abonda pódese recorrer á realización dunha investigación recorrendo a datos primarios. Entre as técnicas cualitativas máis empregadas están a observación, as reunións en grupo e as entrevistas en profundidade.

3.4 Procesamento da información

Cando xa se teñen os cuestionarios no noso poder haberá que comprobar que todos os cuestionarios estean cubertos satisfactoriamente, eliminando os incompletos ou os que

estean dubidosos en canto á súa sinceridade. As respostas grávanse nun programa informático (base de datos, folla de cálculo ou paquete informático). Para rematar procédese á explotación dos datos a través de análise univariante, bivalente ou multivariante.

A análise univariante consiste en analizar pregunta a pregunta, ou variable a variable, calculando medias, frecuencias, ou a desviación típica. Con estes estatísticos o investigador pode ter unha visión xeral do problema e contestar a algunhas preguntas.

Ás veces a análise univariante non abonda e hai que acudir a unha análise bivalente. Trátase de ver o comportamento dunha variable con respecto a outra. A forma máis habitual son as táboas cruzadas, que son táboas onde nas columnas aparece unha variable, lingua habitual, por exemplo, e nas filas aparece outra, como clase social, por exemplo. Tamén é normal que nestas táboas se empreguen test que permiten saber se as diferenzas observadas son significativas.

Para estudos máis sofisticados pódese empregar a análise multivariante, onde se analizan simultaneamente máis de dúas variables.

Para obter unha panorámica xeral da situación de partida, por exemplo, da lingua nunha organización abonda cunha análise univariada.

3.5 Análise dos resultados

A interpretación dos resultados obtidos sempre incorpora certa subxectividade. Por esta razón é recomendable que os datos se reflictan sempre nos informes, apoiando a interpretación.

3.6 Elaboración dun informe

Unha vez realizado todo o proceso elaborárase o preceptivo informe do traballo.

4. AS METODOLOXÍAS CUALITATIVA E CUANTITATIVA: TÉCNICAS REPRESENTATIVAS DE CADA ENFOQUE

A investigación social baséase na aplicación de métodos e técnicas científicas á análise da realidade social, de xeito semellante ás ciencias naturais (como a química ou a física).

4.1 As técnicas da investigación social diferéncianse fundamentalmente en dúas:

- Cuantitativas, son as que producen información asignando valores numéricos. O nivel de observación das técnicas cuantitativas é directa e extensa (observación de grandes grupos de persoas). As técnicas cuantitativas dan lugar a resultados numéricos que se poden tratar mediante métodos estatísticos. A análise mediante técnicas cuantitativas pode basearse en descrições xerais dos datos (análises univariantes como son as listaxes de frecuencias), na distribución dos datos (análises bivariantes como as táboas de continxencia) e na asignación causas para eses datos (análises multivariantes como a regresión).

Canto ás técnicas cuantitativas, a máis empregada é o cuestionario ou enquisa, que permite sondar aspectos como a competencia, os usos e as actitudes lingüísticas.

Non se recomenda iniciar unha investigación cun cuestionario, xa que é máis axeitado consultar antes fontes secundarias de información e explorar con técnicas cualitativas os aspectos que se queren sondar.

- Cualitativas, son aquelas que están destinadas basicamente a producir ou ordenar datos do tipo palabras ou símbolos. As máis usadas son a observación, a entrevista e o grupo de discusión. O nivel de observación das técnicas cualitativas é directa pero non extensa, é intensiva. Se utilizamos técnicas cualitativas, haberá que ter en conta os valores e as crenzas.

As técnicas máis empregadas son:

O grupo de discusión caracterízase por ser unha situación de interrelación cara a cara entre un número de participantes que oscila normalmente entre 5 e 10, coas características asociadas a unha situación pública e onde as persoas non se coñecen previamente.

As entrevistas en profundidade son entrevistas que se lle fan a un grupo de persoas en representación de todo o colectivo que representan.

A técnica Delphi.

A técnica Dafo

a) Características da metodoloxía cualitativa

Máis ca un conxunto de técnicas para recoller datos, a metodoloxía cualitativa consiste nun modo determinado de abordar o coñecemento empírico. As súas características xerais son as seguintes:

- A investigación empírica é indutiva
- Pártese dunha perspectiva holística: as persoas ou grupos non se reducen a variables, senón que se consideran como un todo.
- Asíumese a distorsión que ocasiona o propio investigador no obxecto de estudo, polo que se trata de minimizar na medida do posible.
- Téntase comprender as persoas no seu marco de referencia.
- O investigador afástase do seu propio sistema de crenzas para tratar de mirar as cousas como se sucedesen por primeira vez: nada se dá por suposto.
- Todas as perspectivas son valiosas: no estudo da desviación, a visión do delincuente ten a mesma transcendencia que a do xuíz. Por esta razón, as veces os estudos cualitativos son os únicos foros onde se expresan os marxinados.
- Os métodos cualitativos son humanistas.
- Dáselle énfase á validez das súas investigacións, mentres que os cuantitativos poñen o acento na fiabilidade e na representatividade.
- Todos os escenarios e persoas son dignas de estudo.
- A investigación cualitativa segue un procedemento “artesanal”, pois os métodos non están estandarizados.

Fonte: Taylor e Bogdan (1992)

4.2 A técnica Delphi

O Centro de Investigación RAND Corporation (Santa Mónica, California, EUA), realizou durante os inicios da década dos anos 50 do século XX unha serie de estudos

que recibiron a denominación de "Proxecto Delphi". Esta designación inspirouse no antigo oráculo de Delfos (Grecia) dedicado a Apolo. A técnica empregada foi chamada método "Delphi".

Os seus precursores foron Olaf Helmer e Theodore J. Gordon, que presentaron detalladamente os fundamentos teóricos como un instrumento para realizar predicións sobre un caso de catástrofe nuclear. Desde entón emprégase como sistema para obter información sobre o futuro.

O método "Delphi" é recoñecido como un dos mellores instrumentos de previsión cualitativa. A súa área de aplicación mais corrente é a previsión tecnolóxica pero a súa aplicación estase estendendo a outras áreas, como a Administración, no estudo da Xeopolítica e por suposto á Sociolingüística. A súa utilización é mais indicada cando non existen datos históricos relativos ao problema que se investiga ou, en outros termos, cando faltan datos cuantitativos referentes ao mesmo.

O principio do método é intuitivo e interactivo. Implica a constitución dun grupo de especialistas ou expertos en determinada área do coñecemento, que responden a unha serie de cuestións. Os resultados desa primeira fase son analizados, calculándose a mediana e a amplitude intercuartílica. A síntese dos resultados é comunicada aos membros do grupo que, despois de teren o coñecemento, responden novamente.

Teoricamente, así xa remataría o Delphi, quedando tan só a elaboración de un informe no que se indicarían as conclusións a partir da análise das respostas dos expertos e os comentarios realizados polo panel de expertos. Con todo, de non se chegar a un consenso ou existir dúas posturas moi distantes, o moderador debería confrontar os distintos argumentos para descubrir se se cometeu algún erro no proceso.

O método Delphi está composto por un grupo de expertos que utilizan como fonte de información un grupo de persoas ás que se lles supón un coñecemento elevado da materia que se vai tratar.

Os métodos de expertos teñen as seguintes vantaxes:

- A información dispoñible está sempre máis contrastada que aquela da que dispón o participante mellor preparado, é dicir, que a do experto máis versado no tema. Esta afirmación baséase na idea de que varias cabezas son mellor ca unha.

- O número de factores que é considerado por un grupo é maior que o que tería en conta unha soa persoa. Cada experto poderá aportar á discusión xeral a idea que ten sobre o tema debatido desde a súa área de coñecemento.

Con todo, estes métodos tamén presentan inconvenientes, como son:

- A desinformación que presenta o grupo como mínimo tan grande como a que presenta cada individuo illado. Suponse que a falta de información de uns participantes é nivelada coa que aportan outros, aínda que non se pode asegurar que isto suceda.
- A presión social que o grupo exerce sobre os seus participantes pode provocar acordos coa maioría, aínda que a opinión de esta sexa errónea. Así, un experto pode renunciar á defensa da súa opinión ante a persistencia do grupo en rexeitala.
- O grupo fai da súa supervivencia un fin. Isto provoca que se tenda a conseguir un acordo en lugar de producir unha boa previsión.
- Nestes grupos hai veces que o argumento que trunfa é o máis citado, en lugar de ser o máis válido.
- Pode existir unha sesión común a todos os participantes en función da súa procedencia ou a súa cultura, o que daría lugar á non aparición no debate de aspectos influentes na evolución. Este problema sóese evitar con unha correcta elección dos participantes.

O método de expertos ideal é aquel que extraia os beneficios da interacción directa e elimine os seus inconvenientes. Esta intenta ser a filosofía da metodoloxía Delphi.

Este método presenta tres características fundamentais:

- Anonimato: Durante un Delphi, ningún experto coñece a identidade dos outros compoñentes do grupo de debate. Isto ten unha serie de aspectos positivos, como son:
 - Impide a posibilidade de que un membro do grupo estea influído pola reputación doutro dos membro polo peso que supón opoñerse á maioría. A única influencia posible é a da congruencia dos argumentos.
 - Permite que un membro poida cambiar as súas opinións sen que iso supoña unha perda de imaxe.

- O experto pode defender os seus argumentos coa tranquilidade que dá saber que en caso de que estean errados, a súa equivocación no vai ser coñecida polos outros expertos.

- Interacción e realimentación controlada: a interacción conséguese ao presentar varias veces o cuestionario. Como, ademais, se van presentando os resultados obtidos cos cuestionarios anteriores, lógrase que os expertos vaian coñecendo os distintos puntos de vista e poidan ir modificando a súa opinión se os argumentos presentados lles parecen máis apropiados cós seus.
- Resposta do grupo en forma estatística: a información que se presenta aos expertos no é só o punto de vista da maioría, senón que se presentan todas as opinións indicando o grao de acordo que se obtivo.

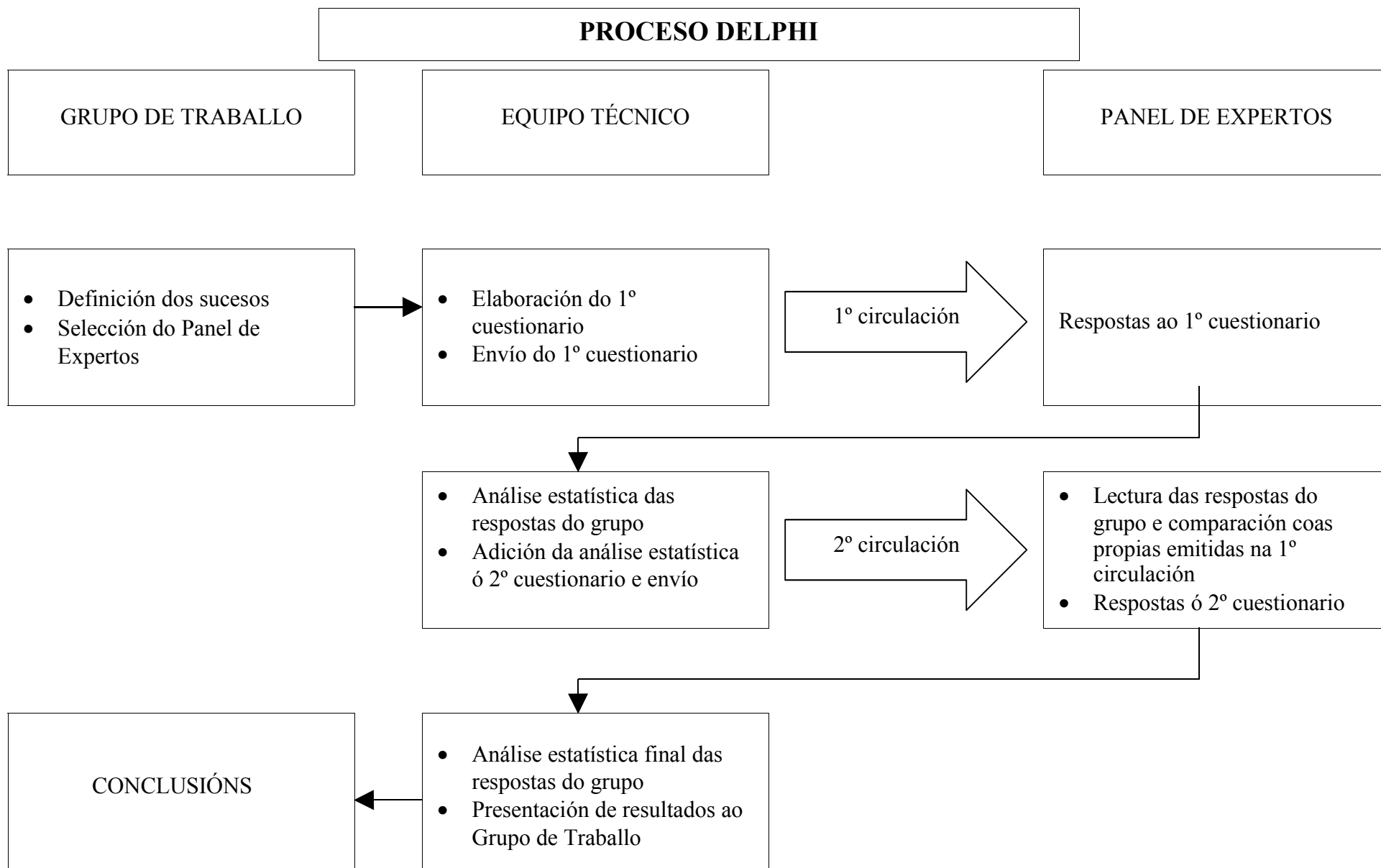
A realización dun Delphi presenta unha terminoloxía específica:

- Circulación: É cada un dos sucesivos cuestionarios que se presenta ao grupo de expertos.
- Cuestionario: O cuestionario é o documento que se envía aos expertos. No é só un documento que contén unha lista de preguntas, senón que é o documento co que se consegue que os expertos interactúen, xa que nel se presentarán os resultados de anteriores circulacións.
- Panel: É o conxunto de expertos que toma parte no Delphi.
- Moderador: É a persoa responsable de recoller as respostas do panel e preparar os cuestionarios.

Antes de iniciar un Delphi débense realizar unha serie de tarefas previas, que son:

- Delimitar o contexto e o horizonte temporal no que se desexa realizar a previsión sobre o tema de estudo.
- Seleccionar o panel de expertos e conseguir o seu compromiso de colaboración. As persoas que sexan elixidas non só deben ser grandes coñecedoras do tema sobre o que se realiza o estudo, senón que deben presentar unha pluralidade nos seus fundamentos. Esta pluralidade debe evitar a aparición de nesgos na información dispoñible no panel.

- Explicar aos expertos en qué consiste o método. Con isto preténdese conseguir a obtención de previsións fiables, pois van ser os expertos os que van coñecer en todo momento cal é o obxectivo de cada un dos procesos que require a metodoloxía.



4.2 A técnica Dafo

A técnica Dafo é unha ferramenta estratéxica moi utilizada, aínda que as veces sexa de forma intuitiva e sen coñecer seu nome técnico. O beneficio que se obtén coa súa aplicación é coñecer a situación real en que se encontra unha empresa, un colectivo, unha sociedade, así como os riscos e oportunidades que lle brinda un mercado, un colectivo ou unha sociedade.

O nome desta técnica recíbeo das súas iniciais:

- D: debilidades.
- A: ameazas.
- F: fortalezas.
- O: oportunidades.

As debilidades e fortalezas pertencen ao ámbito interno da empresa ou sociedade, ao realizar a análise dos recursos e capacidades; esta análise debe considerar unha gran diversidade de factores relativos a aspectos de produción, mercadotecnia, financiamento, xerais de organización...

As ameazas e oportunidades pertencen sempre ao contorno externo da empresa ou sociedade, debendo esta superalas ou aproveitalas, anticipándose ás mesmas. Aquí entra en xogo a flexibilidade e dinamicidade da empresa.

As debilidades, tamén chamadas puntos febles, son aspectos que limitan ou reducen a capacidade de desenvolvemento efectivo da estratexia da empresa, constitúen unha ameaza para a organización e deben, por tanto, ser controladas e superadas.

As fortalezas, tamén chamadas puntos fortes, son capacidades, recursos, posicións alcanzadas e, consecuentemente, vantaxes competitivas que deben e poden servir para explotar oportunidades.

As ameazas defínense como toda forza do contorno que pode impedir a implantación dunha estratexia, ou ben reducir a súa efectividade, ou incrementar os riscos da mesma, ou tamén os recursos que se requiren para a súa implantación, ou ben os recursos que consumidos que poden reducir os ingresos esperados ou a súa rendibilidade.

As oportunidades son todo aquilo que poida supoñer unha vantaxe competitiva para a empresa, ou ben aquilo que poida representar unha posibilidade para mellorar a rendibilidade da mesma ou aumentar a cifra dos seus negocios.

No seguinte cadro indicase o método práctico para a realización da análise DAFO, no que se observan as seguintes circunstancias:

- O número de espazos brancos para completar serán os que se consideren oportunos.
- O realmente válido consistirá en ter o menor número de ameazas e debilidades e o maior número de oportunidades e fortalezas.
- As ameazas e debilidades, unha vez identificado o maior número posible, deberán estar horquilladas da mellor forma, para minimizar os efectos negativos, no caso de se producir, ou potenciais, converténdolas en oportunidades e fortalezas.
- As oportunidades e fortalezas terán que ser coidadas, mantidas e utilizadas.
- Unha forma interesante de ser competitivos é realizar sistematicamente DAFO aos produtos e empresas da competencia; así descubriremos os nichos ou ocos que deixan, o que nos servirá como argumento de vendas para introducirmos nun determinado mercado.

DAFO	Data de realización:
Obxectivo:	
Produto:	
Situación externa:	
OPORTUNIDADES	AMEAZAS
Situación interna:	
PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES

Cuadrante de traballo

5. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Ayestarán Aranaz, M. e De la Cueva, J. (1974). “Las familias de la provincia de Pontevedra en 1974: Galleguidad y conflicto lingüístico gallego”. Sevilla: Instituto de Ciencias de la Familia.
- Bouzada, X. (1993). “A lingua galega no sector dos servizos ou as racionalidades, dilemas e paradoxos presentes en usos cotiáns da lingua galega”. *Cadernos de lingua* 8, 5-18.
- Campo Urbano, M. Navarro López e J. F Tezanos (1977). *La cuestión regional española*. Madrid: Edicusa.
- Christian, Donna: *La planificación de las lenguas desde el punto de vista de la lingüística*. En Newmeyer, Frederick J. (comp.) (1992): *Panorama de la lingüística moderna de la Universidad de Cambridge*. Madrid: Visor.
- Cooper, Russell E. (1997). "Making and marketing ‘mini-books’ in Buhutu. *Read* 32(1): 21-24
- De Miguel et al. (1974) *Síntesis del informe sociológico sobre la situación social de España, 1970*. Madrid: Fundación Foessa (Euramérica).
- Instituto Galego de Estatística (IGE) (1992) *Censos de Poboación e Vivendas. Poboación en vivendas familiares. Coñecemento e uso do idioma galego*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- (2003). *Censo de Poboación e Vivendas 2001. Información provisional*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- (2004). *Enquisa de condicións de vida das familias. Coñecemento e uso do galego. Principais resultados*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Castillo Castillo, J. e Pérez Vilariño, J. (1977). *La Reforma educativa y el cambio social en Galicia*. Santiago de Compostela: ICE.
- Ibáñez Gracia, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai.
- Ibáñez, J. (1992). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Iglesias Álvarez, A. (2003). *Falar galego: no veo por qué*. Vigo: Xerais.

- López Muñoz, D. (1989). O idioma da igrexa en Galicia. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Loredó Gutiérrez, X.; Fernández Salgado, A.; Suárez Fernández, I. e Casares Berg, H. (no prelo). Language use and language attitudes in Galicia. En D. Lasagabaster e A. Huguet (eds.). Language attitudes in Europe. Clevedon: Multilingual Matters.
- Lorenzo Suárez, A.; Luaces Pazos, R.; Pin Millares, X.; Sánchez Bello, P.; Vaamonde Liste, A. e Varela Caruncho, L. (1997) Estudio sociolingüístico da Universidade de Vigo: Profesores, P.A.S. e Estudiantes. Vigo: Servicio de publicacións da Universidade de Vigo.
- Monteagudo Romero, H.; Novo Folgueira, P.; Costas González, X.H e Rodríguez, E. (1986). Aspectos sociolingüísticos do bilingüismo en Galicia segundo os alumnos da 2ª etapa de E.X.B. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Moreno Fernández, F. (1991). Metodología sociolingüística. Madrid, Gredos.
- Pereiro Rozas, A. X; Suárez Fernández, I.; Fernández Salgado, A; González González, M, Rodríguez Neira, M.A e Torrado Castaño, B (2000). Actitudes lingüísticas e estereotipos profesionais e físicos asociados, atopados nos mozos galegos: un estudo exploratorio con “matched-guise”. Actas do Convengo Alpes Europa organizado por el Centro de Studi Linguistici per l’Europa (Institut Cultural Ladin).
- Rodríguez Neira, M. A.; García Ares, M.C; Núñez Singala, M.C e Varela Vázquez, B. (1998). O idioma na Universidade. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Rubal Rodríguez, X.R. e Rodríguez Neira, M.A (1987) O galego no ensino público non universitario. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Seminario de Sociolingüística, RAG (1994). Lingua inicial e competencia lingüística en Galicia. A Coruña: Real Academia Galega.
- (1995). Usos lingüísticos en Galicia. A Coruña: Real Academia Galega.
- (1996). Actitudes lingüísticas en Galicia. A Coruña: Real Academia Galega.
- (2003). O galego segundo a mocidade. A Coruña: Real Academia Galega.
- Rojo, G. (1979) Aproximación a las actitudes lingüísticas del profesorado de E.G.B en Galicia. Santiago de Compostela: ICE-Universidad.

Weber, M. (1968). *Economy and Society*. Translated and edited by Guenther Roth and Claus Wittich. New York, Bedminster Press.

Weinstein, B. (1980). *Language Planning in Francophone Africa*. *Language Problems and Language Planning*,

CAPÍTULO 2:

AS TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

1. HISTORIA DOS MÉTODOS CUALITATIVOS

As orixes da descrición da realidade social mediante o uso de métodos cualitativos remóntase aos traballos de historiadores e viaxeiros da antigüidade. Sen embargo, os que hoxe denominamos métodos cualitativos comezan a empregarse conscientemente na investigación social a partir do século XIX. Un destes primeiros traballos é *The European Working Class*, publicado por LePlay en 1855.

A metodoloxía cualitativa experimentou un notable desenvolvemento no ámbito da antropoloxía. Neste sentido, Malinowski elaborou unha descrición do seu método de investigación contribuíndo ao rigor do traballo de campo e, en particular, ao método da observación participante. A influencia dos traballos cualitativos dos antropólogos foi tan elevada que, aínda hoxe séguense asociando estas técnicas coa antropoloxía.

Na socioloxía, o emprego de métodos cualitativos conta cunha ampla tradición. En Norteamérica experimentou un auxe moi importante ao redor da “Escola de Chicago”, nun período que vai desde 1910 a 1940. A esa corrente pertencen obras de referencia no estudo do comportamento desviado e da criminalidade, como o célebre *The Hobo*, de 1923, de Anderson, no que se aplicou a técnica da observación participante. Tamén xorden obras sobre a integración das minorías inmigrantes, como o clásico *The Polish Peasant in Europe and America*, de Thomas e Znaniecki (1918-1920).

Ata os anos 40, todos os investigadores sociais estaban familiarizados coa metodoloxía cualitativa e, en particular, coa observación participante, a entrevista en profundidade e os documentos persoais. Sen embargo, a finais desta década o enfoque cualitativo empeza a declinar en favor das grandes teorías (o funcionalismo de Parsons, etc.) e dos métodos cuantitativos.

Desde a década dos 60 prodúcese un novo rexurdimento da metodoloxía cualitativa, publicándose estudos pertencentes a diferentes disciplinas das ciencias sociais.

1.1 As características da metodoloxía cualitativa

Máis que un conxunto de técnicas para recoller datos, a metodoloxía cualitativa consiste nun modo determinado de abordar o coñecemento empírico. As súas características xerais son as seguintes:

- A investigación empírica é indutiva
- Pártese dunha perspectiva holística: as persoas ou grupos non se reducen a variables, senón que se consideran como un todo.
- Asíumese a distorsión que ocasiona o propio investigador no obxecto de estudo, polo que esta trata de minimizarse na medida do posible.
- Téntase comprender ás persoas no seu marco de referencia.
- O investigador afástase do seu propio sistema de crenzas para tratar de mirar as cousas como se sucedesen por primeira vez: nada se dá por suposto.
- Todas as perspectivas son valiosas: no estudo da desviación, a visión do delincuente ten a mesma transcendencia que a do xuíz. Por esta razón, as veces os estudos cualitativos son os únicos foros onde se expresan os marxinados.
- Os métodos cualitativos son humanistas.
- Dáse énfase á validez das súas investigacións, mentres que os cuantitativos poñen o acento na fiabilidade e na representatividade.
- Todos os escenarios e persoas son dignas de estudo.
- A investigación cualitativa segue un procedemento “artesanal”, pois os métodos non están estandarizados.

FONTE: Taylor e Bogdan (1992)

2. O GRUPO DE DISCUSIÓN

2.1 Algunhas notas acerca das orixes dos grupos de discusión

Os inicios da técnica do grupo de discusión remóntase a finais dos anos 20 cando autores como Emory Bogardus e Walter Thurstone empregan varios tipos de “entrevistas a grupos” co obxectivo principal de deseñar instrumentos cuantitativos. Robert Merton e Paul Lazarsfeld serán os primeiros en deseñar as súas investigacións

sobre a propaganda na 2ª Guerra Mundial e a segregación racial nas forzas armadas baseándose neste tipo de técnicas.

Rematada a guerra, Merton e Kendall plasmarían os seus coñecementos sobre as técnicas de grupos nun artigo "The Focused Interview", que aparece publicado na American Journal of Sociology (Merton e Kendall, 1946). A descrición que facían estes autores da forma de levar a cabo os grupos de discusión aseméllanse moito as prácticas que se levan a cabo na actualidade, case cincuenta anos despois.

A curta historia do grupo de discusión pódese dividir fundamentalmente en tres períodos (Morgan et al. 1998): unha primeira etapa dos científicos sociais onde enmarcaríamos os seus precursores, unha segunda centrada no mundo da investigación de mercados, desde o fin da segunda guerra mundial ata os setenta e unha última desde os setenta ata a actualidade caracterizada pola súa extensión a outros eidos como a educación ou a saúde.

O maior desenvolvemento desta técnica prodúcese no segundo período, coa súa aplicación ao eido da investigación de mercados, circunstancia que marcará a concepción dos grupos de discusión ata a actualidade.

No contexto español os precursores do grupo de discusión son os comunmente denominados investigadores cualitativos, sociólogos representados por autores como Jesús Ibáñez, Alfonso Ortí, Angel de Lucas, Francisco Pereña e Jose Luis de Zárraga. É Jesús Ibáñez quen escribe a obra fundacional sobre grupos de discusión no noso país, *Más allá de la sociología*, a quen lle debemos o propio nome da técnica e a fundamentación epistemolóxica e metodolóxica da ferramenta.

2.2 Definición da técnica

Jesús Ibáñez (1994: 58) fai a seguinte definición da técnica:

Un grupo de discusión es un dispositivo analizador donde el proceso de producción es la puesta en colisión de los diferentes discursos y el producto es la puesta de manifesto de los efectos de la colisión (discusión) en los discursos personales (convencimiento: convencido es el que ha sido vencido por el grupo) y en los discursos grupales (consenso).

O grupo de discusión caracterízase por ser unha situación de interrelación cara a cara entre un número de participantes que oscila normalmente entre 5 e 10, coas características asociadas a unha situación pública e onde as persoas non se coñecen

previamente. Un moderador vai establecer un obxectivo claro de partida, estruturando posteriormente o debate mediante a introdución de estímulos, nun tempo e nun espazo determinados onde o grupo sofre un proceso de reagrupación.

Na investigación social asúmese que os grupos de discusión son axeitados para certos obxectivos como obter información sobre un tópico de interese, xerar hipóteses de investigación e testar achegamentos máis cuantitativos. Considérase tamén unha técnica axeitada para xerar novas ideas ou conceptos creativos, para sondar “temas delicados” que mediante outras técnicas poderían provocar fortes reaccións ou na diagnose de posibles problemas no desenvolvemento dun novo programa, servizo ou produto, entre outros (Steward e Shamdasani, 1990: 15).

Os especialistas en métodos cualitativos concédennlle una importancia crucial ao grupo de discusión como técnica paradigmática desta metodoloxía. Na separación que establece Ibáñez entre metodoloxía distributiva (cuantitativa) e estrutural (cualitativa), as técnicas que resumirían e exemplificarían ambas perspectivas serían a enquisa por un lado e o grupo de discusión polo outro. O grupo de discusión é segundo este autor, o método cualitativo por definición. O discurso do grupo, que produce e ao mesmo tempo representa o da opinión pública “es el centro de atención y la presa que hay que capturar” (Ibáñez, 1992:137).

A diferenza doutras técnicas de investigación cualitativa e, en concreto, da entrevista en profundidade, o grupo de discusión permite reconstruír o sentido social do fenómeno obxecto de investigación (Caneles e Peinado, 1994: 295).

2.3 O grupo de discusión como ferramenta de análise das actitudes lingüísticas

O grupo de discusión está a experimentar un auxe notable nos estudos sociolingüísticos ao permitir aproximacións co maior grao posible de apertura á esfera das ideoloxías, crenzas e actitudes en torno ás linguas. Neste sentido, o desenvolvemento da denominada “sociolingüística crítica” no ámbito catalán está a favorecer a proliferación das metodoloxías cualitativas e, en particular, dos grupos de discusión. Esta corrente, herdeira das teses de Luís Aracil está vinculada á teoría psico-sociolóxica das representacións sociais iniciada por Moscovici. Segundo esta teoría, as actitudes individuais estarían subordinadas a esquemas cognitivos máis amplos, as representacións sociais, que se constrúen e reproducen nos procesos de comunicación social¹. As situacións nas que se produce a comunicación social (conversas informais,

¹ Nós non compartimos esa visión xerárquica das conceptualizacións ou marcos socio-cognitivos. Desde o noso punto de vista, estes interaccionan entre si mutuamente, sen que se podan establecer fases ou estadios evolutivos dunhas a outras.

debates nos medios de comunicación, grupos de discusión) son, para este enfoque, os ámbitos privilexiados para a observación das representacións sociais das que emanan as ideoloxías, valores, crenzas e actitudes.

A influencia da teoría das representacións sociais no ámbito da sociolingüística deu lugar ao enfoque das representacións sociolingüísticas, defendido por autores como Ernest Querol ou Henri Boyer. Fronte á metodoloxía cuantitativa, representada no estudo das actitudes lingüísticas polos cuestionarios pechado con escalas tipo Lickert² e tipo Osgood³, este enfoque se caracteriza polo emprego de técnicas máis abertas de investigación social, sendo o maior expoñente das mesmas o grupo de discusión.

No ámbito vasco, o primeiro autor que emprega a metodoloxía cualitativa⁴ no estudio das valoracións en torno á lingua é Benjamín Tejerina, nun libro sobre o papel do éuscaro na construción da identidade nacionalista vasca (1992). Na sociolingüística galega, aínda que non se observa aínda un cambio de orientación no ámbito teórico, estase a rexistrar, sen embargo un auxe notable no emprego dos grupos de discusión para analizar as ideoloxías e actitudes lingüísticas. Recentemente unha investigadora galega, Ana Iglesias publicou en 2003 os resultados dunha tese de doutoramento na que empregaba esta técnica na análise das actitudes e as ideoloxías lingüísticas en distintas comunidades autónomas dentro do estado español. Os resultados deste traballo publicáronse posteriormente, en 2003 e, entre as conclusións máis notables que acada para o ámbito galego está o achado dunha “ideoloxía do multilingüismo” que ordena xerarquicamente as linguas do xeito seguinte: inglés, castelán e galego. O Seminario de Sociolingüística da RAG utilizou tamén esta técnica nun estudo sobre as actitudes e discursos sobre o galego na mocidade (2003). Os resultados obtidos tiveron un impacto considerable e permitiron cuestionar parte dos resultados obtidos ata o momento con cuestionarios no eido das actitudes lingüísticas en Galicia (problema de validez do instrumento de medida).

O interese que está a suscitar o grupo de discusión como ferramenta analítica entre os sociolingüistas galegos reflíctese na acollida que atopan as contribucións neste eido en foros científicos.

2.4 Deseño dunha investigación baseada en grupos de discusión

² As escalas tipo Likert atópanse entre as máis empregadas para a medición das actitudes. Constan dunha proposición ou enunciado ao que se lle asignan alternativas de resposta para tratar de recoller o grao de acordo ou desacordo coa proposición ou obxecto de actitude.

³ As escalas tipo Osgood, tamén coñecidas como escalas de diferencial semántico, consisten na disposición dun conxunto de adxectivos bipolares para avaliar obxectos de actitude.

⁴ No seu estudo empregaba entrevistas en profundidade e grupos de discusión.

2.4.1 Necesidade dun guión

Aínda que a produción dun grupo de discusión debe ser o máis libre e aberta posible, soe ser necesario establecer un guión cunha relación de temas que se consideran relevantes para a investigación. Unha vez que o moderador especifica o tema xeral obxecto de debate só debe facer pequenas intervencións para reconducir unha conversa que se atopa “atascada” ou para introducir novos aspectos relacionados coas cuestións de interese.

Exemplo (Seminario de Sociolingüística, RAG, 2003):

a) Primeiro tema: percepcións da situación actual do galego. Interesábanos coñecer tamén as racionalizacións acerca das causas da situación actual.

b) Segundo tema: valoración dos esforzos institucionais por promover a extensión social da lingua.

c) Terceiro tema: valoracións acerca da situación do galego no ensino. Recollemos opinións acerca do marco legal que regula a presenza do galego no ámbito educativo, así como a repercusión deste contexto legal na extensión social da lingua.

d) Cuarto tema: valoracións acerca da situación do galego no ámbito laboral. As percepcións acerca da situación da lingua galega no mundo do traballo tiña unha importancia crucial por ser este o ámbito que determina en boa medida a consideración da utilidade do seu emprego.

e) Estereotipos etnolingüísticos: interesábanos determinar a posible latencia dos estereotipos tradicionalmente vinculados aos galegofalantes, así como a aparición de outros novos asociados aos neofalantes urbanos.

f) Sexto tema: diagnóstico da situación. Os informantes elaboran un diagnóstico da situación da lingua integrando a produción do grupo durante toda a discusión.

2.4.2 A selección dos membros

A selección dos membros dun grupo de discusión debe basearse na natureza do fenómeno social que se pretende estudar, reflectindo do xeito máis fiel posible a súa heteroxeneidade. Así, por exemplo, se estamos interesados en coñecer as ideoloxías lingüísticas dos traballadores dunha organización, debemos preguntarnos polas características que poden introducir maior variabilidade nos seus discursos (procedencia xeográfica, nivel de competencias lingüísticas, idade, xénero, nivel de formación, etc.).

Para un investigador que teña un certo grao de coñecemento da organización será unha tarefa doada detectar diferentes perfís de traballadores en base a esas características, e a partir de aí, seleccionar un membro “representativo” de cada perfil. En caso de descoñecer completamente o obxecto de estudo, é recomendable realizar algunha investigación exploratoria previa, por exemplo, mediante unha entrevista a un actor clave da organización. Habitualmente empréganse variables sociodemográficas (sexo, idade, status, hábitat) conxugadas con atributos relevantes para a investigación (lingua habitual).

A heteroxeneidade na composición do grupo non debe impedir que se acade un **discurso grupal**. Este non consiste nunha especie de monólogo de cada membro, nin nunha dinámica pregunta-resposta entre o moderador e os participantes. O discurso grupal debe emerxer do xeito máis espontáneo posible, consistindo nun proceso de comunicación entre os informantes no que as cuestións obxecto de debate se abordan de forma negociada.

Exemplo:

“Está mal que lo diga, pero yo veo un joven hablándome en gallego y pienso este tipo es nacionalista, es lo primero que se me viene a la cabeza, que es una tontería y no debería ser así, pero estoy tan acostumbrado a ver eso que ...”. (6ch74)

“Sí, lo que hablábamos antes, cuando lo oyes hablar piensas que es nacionalista o que es paleta, yo creo que cualquier cosa menos buena”. (6ch77)

“Curiosamente de los castellanos no piensas nada (ja,ja,ja) sin embargo de los gallegos sí, ahí pasa algo, hay algo raro”. (6ch74)

Na práctica da investigación atópanse, en ocasións problemas derivados dunha composición incorrecta dos grupos. Estes poden estar motivados por unha heteroxeneidade excesiva dos perfís (p. ex., militantes de opcións políticas irreconciliables), ou, pola contra, por unha excesiva homoxeneidade (que impide a existencia de posturas diferentes). Cando se dá un destes problemas, parte dos integrantes inhiben o seu discurso ou polarizan as súas opinións, impedindo que xurda un discurso grupal. Se atopamos o primeiro problema, debemos reconducir a investigación realizando novos grupos nos que os participantes coas características máis extremas estean separados. Neste sentido, o número de grupos de discusión dependerá da heteroxeneidade do universo obxecto de estudo, sendo dous o número mínimo. En caso de atopar o

segundo problema, debemos deseñar novos grupo incluíndo un maior número de actúantes que introduzan heteroxeneidade nos perfís.

2.4.3 O recrutamento dos membros do grupo

O método máis frecuente para recrutar aos membros do grupo consiste en acudir á rede de relacións do propio investigador. Tamén é habitual utilizar o método denominado de “bola de neve”, consistente en ir contactando con membros, cada vez máis separados dunha determinada rede social. Outra vía de acceso aos informantes é contactar previamente cos “porteiros” (persoas que facilitan o acceso) dunha organización (p. ex. profesorado).

Un requisito imprescindible é que non exista, en ningún caso, un coñecemento previo entre o moderador e os participantes. Debe evitarse calquera fonte consciente de nesgo. Neste sentido, se existira un coñecemento persoal previo podería crearse artificialmente un determinado tipo de discurso. De xeito semellante, os participantes non deben coñecerse entre si, pois o discurso debe crearse no tempo e no espazo asignado a tal efecto e non antes. Este requisitos fan pouco axeitado o emprego de grupos de discusión para o estudo de organizacións de tamaño pequeno.

Outra recomendación é que se gratifique a participación. Algúns investigadores de mercados asignan unha remuneración económica de tipo profesional aos seus informantes, o que pode favorecer a participación, pero tamén introducir unha fonte de nesgo. En xeral debe utilizarse o sentido común, gratificando a participación cun incentivo económico ou cun presente segundo se considere pertinente.

Finalmente, a información previa sobre o tema de discusión debe ser o máis xenérica posible, co obxectivo de evitar que os informantes elaboren previamente un discurso “politicamente correcto” sobre o tema.

2.4.4 O papel do moderador

O moderador debe conxugar un papel de líder do grupo e, ao mesmo tempo, de espectador pasivo. Como líder asigna ao grupo un espazo e uns tempos, presenta o tema de debate, desvía a atención de camiños improdutivos e introduce habilmente novas perspectivas sobre as cuestións obxecto de debate.

Exemplo dunha presentación (Seminario de Sociolingüística, RAG):

Boas tardes e benvidos á reunión. Agradézo-vos o tempo que tomastes para unir-vos a esta conversa. O meu nome é [...], o meu colaborador chámase [...] e traballamos nun proxecto que financia a Consellería de Educación e Ordenación Universitaria. Estamos intentando recoller información sobre cultura e lingua galega.

Fostes seleccionados porque compartides certas características que nos interesan especialmente. Interésanos saber o que pensades, porque as vosas ideas son representativas das ideas de moitas outras persoas.

Esta tarde imos falar de maneira informal sobre a lingua. Non hai respostas correctas ou incorrectas, simplemente puntos de vista que poden ser moi distintos entre si. Por favor, tratade de sentir-vos completamente libres de comentar os vosos puntos de vista aínda se difiren uns dos outros.

Antes de comezar, permitideme que vos dea unha norma xeral. Tratade de falar de un en un: estamos gravando a sesión porque non queremos esquecer ningún dos vosos comentarios, e se hai varias persoas falando ao mesmo tempo non se escoitará nada na gravación. Nun principio, chamaremosvos polo voso nome de pía, pero iso en ningún caso significa que os vosos nomes vaian aparecer mencionados no informe. Podedes estar seguros de que a información que se recolla será totalmente confidencial.

Esta reunión durará aproximadamente unha hora e media, e non haberá un final formal.

O moderador debe facerse co control do grupo amosando empatía (contacto visual con todos os participantes, procura de relacións simétricas entre eles), pero evitando no posible o uso da palabra, pois esa función correspóndelles aos participantes. Cando o discurso está fluíndo do xeito esperado, debe facerse case invisible, interferindo o menos posible na súa creación (evitar emitir sons, xestos, etc.).

2.4.5 A recollida de datos

Para a recollida dos datos existen dúas vías principais complementarias. Unha son as notas recollidas polo moderador, ou, se fose posible, por un axudante. Nelas debe recollerse a configuración espacial do grupo, as quendas do debate, a linguaxe non verbal dos participantes (asentimentos, xestos de desconformidade, etc.) e a relación de temas tal e como se van sucedendo. A outra vía é a gravación da conversa mediante aparatos electrónicos (gravadora, minidisk ou videocámara). Debe informarse previamente aos participantes de que van ser gravados e, aínda que isto pode interferir nun principio, o habitual e que se esqueza aos poucos minutos de iniciarse a sesión.

Cómpre evitar que os participantes “se pisen” durante o proceso de debate. Neste sentido, debe sinalar a necesidade de respectar as quendas de uso da palabra. Con respecto a este criterio é preciso ser flexible; o obxectivo é que os datos sexan intelixibles, pero ao mesmo tempo, o discurso debe ser natural. En certos momentos será inevitable que algúns membros falen ao tempo. O moderador debe dar por concluída a sesión cando os tópicos estean esgotados e non se aporten novidades ao debate. A duración axeitada é de unha a dúas horas.

2.4.6 Análise e interpretación dos datos

Como paso previo á análise debe realizarse a transcripción dos grupos de discusión. Existen procedementos que axudan a realizar esta tarefa, como o procedemento CHAT, e ferramentas informáticas que facilitan o proceso como as do paquete CLAN integradas no sistema LIDES.

A fase de análise e interpretación dos datos é a máis delicada dunha investigación cualitativa. Despois da revisión do material transcrito, o paso seguinte é a elaboración dun sistema de categorías para ordenar e clasificar a información. Existen paquetes informáticos que facilitan notablemente este proceso. Un moi recomendable é o denominado The Ethnograph (TM Qualis Research), que permite, entre outras aplicacións, elaborar sistemas complexos de categorías conectadas entre si en forma de árbore.

Exemplo (Seminario de Sociolingüística da RAG, 2003):

- *Valoracións da situación a nivel xeral:*
 - *Percepción da situación a nivel de usos: maior/menor uso, ámbitos (rural, urbano, etc.).*
 - *Percepción da situación a nivel de actitudes (superación dos prexuízos, etc.).*
 - *Estilos explicativos das causas da situación actual.*
 - *Como sería a situación ideal.*
- *Valoracións do papel do ensino na extensión social do galego:*
 - *Importancia deste ámbito en relación con outros na normalización do galego.*
 - *Percepcións dos usos lingüísticos neste ámbito. Efecto sobre o comportamento lingüístico da mocidade.*
 - *Incidencia da existencia de varias normativas no ensino.*
 - *Percepción da distancia entre normativas e entre estas e a lingua coloquial.*
 - *Valoración das medidas desenvolvidas neste ámbito: ata onde habería que chegar.*
 - *Propostas de actuación.*
 - *Motivos da situación actual.*
- *Valoración dos esforzos institucionais por cambiar a situación:*

- *Papel das diferentes institucións na normalización: xerarquía segundo o grao de responsabilidade*
 - *Énfase na responsabilidade da administración/responsabilidade da sociedade civil fronte ás mesmas.*
 - *Valoración dos resultados dos esforzos institucionais: ata onde deben chegar as medidas de actuación.*
 - *Propostas para mellorar a situación.*
- *Valoracións do papel dos medios de comunicación na extensión do galego:*
- *Grao de responsabilidade dos medios de comunicación na extensión do galego.*
 - *Valoración da presenza do galego nos medios de comunicación.*
 - *Percepción da distancia entre a normativa e a lingua coloquial (grao de asentamento da norma).*
 - *Propostas para mellorar a situación (en caso de que se perciba como necesario: ata onde se debería chegar).*
- *Valoracións dos falantes de galego*
- *Persistencia/superación de prexuízos tradicionais, implicacións para a extensión do uso.*
 - *Novos estereotipos asociados aos galegofalantes: definicións, grao de aceptación ou rexeitamento.*
 - *Valoracións do acento*

A análise do discurso consiste na procura de patróns discursivos estables e na pescuda de relacións entre as variacións discursivas e as variables relacionadas coa heteroxeneidade dos grupos. Deste modo, os diferentes tipos de discurso se asignan correctamente aos grupos sociais dos que proceden⁵.

2.4.7 Elaboración do informe

A elaboración do informe consta de dúas fases. Na primeira preséntanse os resultados da análise do discurso en cada un dos grupos de discusión realizados. Así, procédese a realizar a análise seguindo o sistema de categorías deseñado. A extensión de cada categoría deberá reflectir do xeito máis fiel posible a importancia que tivo o tópico do que procede durante o proceso de debate. A orde das categorías tamén debe reflectir a que tiveron os diferentes tópicos durante a sesión. A segunda fase consiste na interpretación das pautas atopadas nos diferentes grupos e na asignación das diferentes pautas ás características relacionadas coa heteroxeneidade dos participantes. A interpretación dos resultados deberá fundamentarse na teoría existente sobre o obxecto de estudo.

⁵ Para unha revisión da epistemoloxía, metodoloxía e procedemento da análise do discurso resulta de utilidade o traballo de Piñuel (2002).

2.5. *Exercicio práctico*

Deseño e elaboración dun grupo de discusión.

3. A OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

A técnica denominada observación participante parte dunha premisa básica do coñecemento científico, a observación, pero ten unha serie de peculiaridades e, mesmo paradoxos á hora de abordar o seu obxecto de estudo. Por un lado, para utilizala, debe existir unha distancia considerable entre o observador e o fenómeno ou grupo social observado, pois o investigador debe renunciar ao seu propio sistema de valores para percorrer o proceso que o levará ao coñecemento desa realidade. Sen embargo, debe aproximarse a el utilizando como estratexia a integración na comunidade que pretende estudar mediante a participación. A técnica da observación participante parte, en consecuencia desa tensión entre distancia e participación respecto do obxecto de estudo.

3.1 *Algunhas notas acerca da historia da observación participante*

O emprego da observación participante como técnica de investigación social é moi recente, pois non é ata os inicios do século XX cando se comece a usar de forma sistemática da man dos antropólogos. Sen embargo, as súas orixes remóntanse ás observacións dos descubridores e misioneiros españois do século XVI. O maior desenvolvemento desta técnica tivo lugar no ámbito da antropoloxía cultural, e aínda hoxe séguese asociando a nomes como Malinowski, Franz Boas ou Lèvi-Strauss. As célebres monografías que elaboraron, nas que se describía a vida social e as prácticas culturais de comunidades humanas de diferentes lugares do mundo estaban baseadas na observación participante. Trátase dunha técnica especialmente axeitada para aproximarse a realidades culturais das que se teñen escasos coñecementos, razón pola cal resultou especialmente efectiva no ámbito da antropoloxía, pero ademais posúe utilidades para outras disciplinas das ciencias sociais, como a socioloxía, a psicoloxía, a pedagogía, etc. que a empregan habitualmente no estudo de institucións sociais, comunidades urbanas, etc.

3.2 *Características da observación participante*

As características comúns na práctica da observación participante son as seguintes:

1. Necesidade de que o investigador sexa estraño ao obxecto de investigación.

2. Debe convivir integradamente no sistema que se pretende estudar.
3. Ese sistema ten unha definición propia das súas fronteiras.
4. A integración do analista será maximizada e funcional, sen deixar por elo de ser un analista externo.
5. O investigador debe escribir unha monografía etnográfica empregando o xénero do “realismo etnográfico”.
6. A interpretación darase por finalizada coa monografía dirixida á comunidade científica.

FONTE: Gutiérrez e Delgado, 1994

Desde a observación participante considérase o relativismo cultural como unha ética e a distancia entre analista e informante como un obstáculo que se debe salvar mediante a integración no grupo obxecto de estudo.

Esta técnica non supón, simplemente trasladarse ao escenario de observación e ver o que acontece, senón que parte dun deseño da investigación minucioso. O investigador debe formarse antes de iniciar o período de campo, revisando a teoría e establecendo os problemas de investigación (os problemas de investigación son as preguntas formuladas en forma de hipóteses de traballo).

3.3 Deseño dunha investigación mediante observación participante

3.3.1 Selección do escenario

O escenario ideal para a investigación é aquel ao que o observador ten fácil acceso, no que é doada unha boa interacción cos observados e no que se recollen datos directamente relacionados co interese da investigación.

3.3.2 A entrada no campo

Para entrar nunha organización social co obxectivo de estudala soe ser necesario contar coa axuda e autorización dos denominados *porteiros* (Becker, 1970).

Durante os inicios da fase de campo, o observador debe lograr unha interacción social non ofensiva coa comunidade obxecto de estudo. Neste sentido, debe permanecer inicialmente relativamente “pasivo”, tratando de familiarizarse coa comunidade sen

interferir no seu desenvolvemento cotián. O grupo que o vai “acoller” sentirá a necesidade de coñecelo, polo que debe facilitar esta pretensión amosándose accesible. Debe, sen embargo, limitar a información que dá sobre si mesmo ata que non coñeza o significado lle atribúen os actores a esa información (debe evitar que se interpreten as súas pretensións de xeito partidista). Durante esta etapa debe adquirir as pautas que lle permitan interaccionar como un membro máis da comunidade (Ex. Evans Pritchard debeu mercar gando como paso previo a súa integración entre os Nuer). A recollida de datos é secundaria á integración no escenario.

3.3.3 As notas de campo

Como método de investigación analítico, a observación participante depende da recollida de notas completas, precisas e detalladas despois de cada observación. Un parámetro que se soe aceptar é que a cada hora de observación lle corresponden de 4 a 6 de redacción de notas. O motivo é que non se sabe “que é importante” ata que non está avanzada a investigación. A recollida de información mediante métodos electrónicos pode axudar, pero non excluír ás notas do investigador. O conxunto de datos que elabora consta de árbores xenealóxicas, historias de vida, rexistro audiovisual de prácticas rituais, cultura material, vida cotiá, etc.

3.3.4 A retirada do campo

O remate do traballo de campo prodúcese cando se acada o momento de saturación *teórica* (Glaser e Strauss, 1967), recoñecible porque os datos empezan a ser repetitivos. Na práctica, esta fase pode durar duns meses a un ano.

3.3.5 A análise dos datos

Como medida dirixida a garantir a validez dos datos, o investigador debe triangularlos con algunha fonte externa (colaboradores, información dispoñible en arquivos, etc).

3.3.6 A interpretación dos datos: redacción da monografía

Na monografía preséntanse, xunto coa interpretación dos datos, todo o material de interese para a comprensión do obxecto de estudo. Neste sentido, son pertinentes desde

árbores xenealóxicas, rexistros de diversa índole, mapas, vocabularios, fotografías e outros elementos de índole audiovisual.

4. A ENTREVISTA EN PROFUNDIDADE

A entrevista en profundidade, xunto co grupo de discusión pertence ao grupo das denominadas técnicas discursivas, pois o seu obxectivo é a produción de discursos en situacións de comunicación máis ou menos controladas.

Por discurso enténdense o texto producido por alguén en situación de comunicación interpersonal. (Muchielli, 1974, 83).

As técnicas denominadas discursivas parten dunha concepción social da linguaxe, que para autores como Voloshinov (1976:118), non consiste nun sistema abstracto de formas lingüísticas, nin na fala monoloxal illada, nin no acto fisiolóxico da súa realización, senón no feito social da interacción verbal.

A entrevista aberta ou entrevista en profundidade é a técnica que permite a máxima interacción persoal posible entre o suxeito investigado e o suxeito investigador. Consiste, basicamente nun cara a cara directo e espontáneo entre o entrevistado e o investigador.

A seguir proporciónanse algunhas definicións:

Por entrevistas en profundidade entendemos reiterados encontros cara a cara entre o investigador e os informantes, encontros estes dirixidos á comprensión das perspectivas dos informantes respecto das súas propias vidas, experiencias e situacións, tal como as expresan nas súas propias palabras (Taylor e Bogdan, 1992: 101).

A entrevista é unha narración conversacional, creada conxuntamente polo entrevistador e o entrevistado, que contén un conxunto interrelacionado de estruturas que a definen como obxecto de estudo (Grele, 1990: 112).

As entrevistas en profundidade seguen o modelo dunha conversa entre iguais, e non dun intercambio formal de preguntas e respostas. Desde un punto de vista técnico garda similitudes coas observación participante (por exemplo, ao principio débese avanzar

lentamente ata establecer rapport⁶ cos informantes), pero tamén cos grupos de discusión (o obxectivo de ambas é crear discursos). Diferénciase da primeira nos escenarios e situacións onde se produce a investigación, e da segunda, no seu carácter individual.

As utilidades máis relevantes da entrevista en profundidade son as seguintes:

1. Reconstrución de accións pasadas (emprégase con este obxectivo nos enfoques biográficos, sendo representativa dos mesmos a variante das historias de vida).
2. Observación da forma en que os suxeitos actúan e reconstrúen o sistema de representacións sociais nas súas prácticas individuais (neste sentido son o complemento ideal a unha investigación con grupos de discusión).
3. Estudo da interacción entre caracterizacións psicolóxicas persoais e condutas sociais específicas (agresividade nos grupos desviados, etc.)
4. Prospección de campos semánticos, vocabulario e discursos arquetípicos de grupos e colectivos aos que posteriormente se lles pasará un cuestionario.

Existen diferentes tipos de entrevista en profundidade segundo o grao de apertura e directividade das intervencións do entrevistador (entrevista non directiva, entrevista focalizada sobre temas precisos, etc.).

Exemplo:

No estudo do Seminario de Sociolingüística da RAG sobre a mocidade (2003) optouse polo modelo de entrevista focalizada sobre temas precisos. Foi necesario, en consecuencia, elaborar un guión cos temas de interese. Para evitar posibles elaboracións previas dun discurso “axeitado” en torno á lingua, os informantes non sabían, en principio que este era o verdadeiro obxecto de estudo, iniciando a conversa do xeito seguinte:

"Estase a realizar un estudio sobre as relacións sociais dos galegos. Por isto interesáranos coñecer algúns aspectos relacionados coas súas experiencias persoais pasadas e presentes. A confidencialidade das súas respostas está totalmente garantida. Agradeceríamos a maior sinceridade posible nas súas respostas. Se algunha lle parece moi persoal, pode acollerse o dereito de non contestala. Poida que nalgún momento se lle pidan nomes ou iniciais de persoas e lugares concretos coa única finalidade de situar mellor as súas vivencias. Grazas anticipadas pola súa colaboración”.

⁶ Termo empregado no ámbito da antropoloxía para designar unha interacción axeitada entre observador e observado.

- I. Datos descritivos xerais. Recolléronse datos persoais do entrevistado complementarios aos temas de interese establecidos no guión. Deste xeito, tentábase establecer un clima de confianza entre o entrevistador e o entrevistado.*
- II. Historia de vida. Sondábase a traxectoria laboral, a mobilidade xeográfica, a procedencia social, pautas e desexos de mobilidade social, etc.).*
- III. Traballo, lecer e consumo. Pedíase ao entrevistado que describise a súa vida habitual (pautas de consumo, gustos, tipo de ocio, etc.)*
- IV. Etnicidade e historia. Pedíaselles aos suxeitos que definiran ao grupo etnolingüístico que forman os galegos, tratando de determinar o grao de adhesión/rexeitamento destes respecto desta definición.*
- V. Conciencia metacomunicativa. Foi a parte máis extensa da entrevista. Nela Investigáronse diferentes dimensións relacionadas coa lingua, como os usos lexítimos, o prestixio asociado ao galego en diferentes situacións, etc.*

No estudo que realizou o Seminario de Sociolingüística da RAG sobre os discursos e as actitudes lingüísticas da mocidade, as entrevistas en profundidade foron de grande utilidade para detectar as motivacións profundas dos individuos ante fenómenos como o cambio de lingua habitual ou a resistencia ante o emprego do galego. Aínda que os discursos que elaboraban os suxeitos se distribuían dun xeito estable segundo unha serie de características sociolóxicas e lingüísticas, suxerindo que procedían de representacións sociais dos seus grupos de referencia, foi necesario realizar posteriormente grupos de discusión para obter conclusións neste sentido e permitir realizar extrapolacións.

Exemplo 1: Definicións do grupo etnolingüístico que forman o galegos

<i>Procedencia rural, lingua habitual galego</i>	<i>Procedencia urbana/viviron fóra de Galicia, lingua habitual castelán</i>
---	--

(+) <i>Arraigados á terra (1): refírese a ter amor ao que é propio, á cultura...</i> (+) <i>Abertos (1): refírese a sociabilidade. A mesma entrevistada que sinala esta característica relativízaa por descoñecemento doutras culturas.</i> (+) <i>Solidarios (1): refírese a solidariedade inter e intra grupal. Esta característica relaciónase co modo de vida rural: axudas nas tarefas agrícolas...</i> (+) <i>Traballadores (1): indica "intereses na vida", certa ambición e afán de superación persoal.</i>	(-) <i>Desconfiados (3): asóciase con ser cazurros, cerrados. Esta característica conduce a comportamentos pouco innovadores.</i> (-) <i>Indirectos (2): pode interpretarse como unha intencionalidade de ocultar algo, de enganar.</i> (-) <i>Indecisos (1): ausencia de interese para tomar decisións.</i> (-) <i>Autocompasivos (1): choróns, vitimistas.</i> (-) <i>"Melosos" (1): asóciase á "morriña", á "melancolía", non a ser "agarimosos". Probablemente "saudade".</i> (+) <i>Sentido do humor (1): sentido do humor intelixente.</i> (+) <i>Misteriosos (1): característica baseada nunha percepción do folclore popular galego: lendas..., non nas relacións cotiás.</i>
---	--

Exemplo 2: Criterio conservador e tradicionalista para definir a autenticidade lingüística

“Pois falar de acordo coas túas costumbres; eu por exemplo normalmente xa vos digo, falo galego, pero non me gusta falar o galego este que está agora normativizado, por que considero que non é o galego que eu falei e que sempre se falou na miña casa e non me considero que fale mal o galego por falalo así [...] eu creo que falar ben o galego é falalo de acordo a coma ti cho ensinaron na zona na que ti vives ou viviches e como falaron pois, os teus familiares, os teus antepasados” (5M)

Exemplo 3: Valoración do cambio de lingua habitual

“hay un gallego de guay, en plan ahora está de moda falar en galego y ahora vamos a falar en galego todos, y que en su vida han hablado gallego, [...] Yo eso lo veo mucho sobre todo en la facultad; el típico tío que porque está en la facultad y se mete en determinada historia de no sé qué y de repente empieza a molar hablar en gallego. [...] A mí me dio la risa, le dije: ¿Pero ti que fas falando en galego, rei, se non o falaches na túa vida?. Pero bueno seguí tratándolo igual que siempre, como compañero de la facultad, pero sí, te choca” (6M)

A flexibilidade da técnica da entrevista en profundidade dificulta a elaboración de normas fixas sobre a forma de realizala. Por outro lado, os resultados que proporciona, por si mesmos, non teñen posibilidade de xeneralización (Alonso, L. E., 1994). Por este motivo, son un complemento ideal para as investigacións que utilizan grupos de

discusión (neles obtemos representacións de carácter colectivo, non individual), pois estes non proporcionan información sobre as condutas, senón sobre os sistemas de representacións en torno ao obxecto de estudo.

Da elaboración que fai o suxeito do seu propio discurso, o investigador extrae unha serie de conclusión referidas non só as significacións motivacionais das súas actitudes, senón tamén das do seu grupo social de referencia.

O feito de que sexa unha técnica flexible non significa que o deseño da investigación deba descoidarse. De modo semellante aos grupos de discusións, a selección dos informantes debe basearse nas características que, hipoteticamente, poden introducir heteroxeneidade no obxecto de estudo. Así, por exemplo, nunha investigación sobre os puntos de vista dos traballadores dunha empresa para determinar a viabilidade dun plan de normalización lingüística, deberá entrevistarse, como mínimo, a un representante de cada nivel dentro do organigrama da empresa (dirección, administración, resto de traballadores, etc.). O deseño dunha investigación mediante esta técnica segue un proceso semellante ao visto nos grupos de discusión. A diferenza máis notable con respecto ao deseño refírese ao rol do entrevistador/moderador (nunha situación de entrevista, existe unha maior interrelación entre este e o informante).

O seu uso no ámbito da sociolingüística galega conta cunha ampla difusión. Neste sentido, os estudos previos na elaboración de plans de normalización lingüística adoitan apoiarse nas entrevistas en profundidade realizadas a determinados informantes clave (Cidadanía-Rede de Aplicacións Sociais, 2001). Por outro lado, contan cunha ampla tradición no estudo da relación entre lingua e identidade nacionalista galega (Cabrera, 1992), tamén se utilizou no estudo do papel que xogan os falantes na estandarización do galego (Kabateck, 2000) e, máis recentemente, no estudo das actitudes cara ao galego (Seminario de Sociolingüística, 2003).

A súa idoneidade para o estudo de organizacións pequenas fai da entrevista en profundidade un instrumento óptimo para os técnicos de normalización.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E. “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa”, en J. M. Delgado e J. Gutiérrez (coords.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid, Síntesis, 225-240.
- (1996). “El grupo de discusión en su práctica, memoria social, intertextualidad y acción comunicativa”, *Revista Internacional de Sociología* 13, 5-36.
- (1998). *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*, Madrid, Fundamentos.
- Cabrera Varela, X. (1992). *La Nación como discurso: la estructura del sistema ideológico nacionalista, el caso gallego*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas: Siglo Veintiuno de España, 1992.
- Callejo Gallego, Javier (2001). “El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación”, Barcelona, Ariel.
- Canales, Manuel e Peinado, Anselmo (1994). “Grupos de discusión”, en J. M. Delgado e J. Gutiérrez (coords.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid, Síntesis, 287-316.
- Cidadanía-Rede de Aplicacións Sociais (2001): “Situación da lingua galega no concello de Santiago de Compostela”. Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.
- García Ferrando, M. e Sanmartín, R. (1990): “La observación científica y la obtención de datos sociológicos”, en *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial.
- Grele, R. J. (1990). *Envelopes of Sound: The Art of Oral History*. Revised edition. Westport, CT: Meckler.
- Ibáñez, Jesús (1992): “Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica”. Siglo XXI.
- (1990): “Como se realiza una investigación mediante grupos de discusión”, en M. García Ferrando, J. Ibáñez e F. Alvira (coomps.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Universidad (489-501).
- Kabateck, J. (2000). *Os falantes como linguistas. Tradición, innovación e interferencias no galego actual*. Vigo: Edicións Xerais.

- Jodelet, D. (1989). “Representations sociales: un domaine en expansion”, en D. Jodelet, *Les représentations sociales*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Merton, R. e Kendall, P. (1946): “The Focused Interview”, *American Journal of Sociology*, 51, 541-557.
- Morgan, D.L.; Krueger, R.A e King, J.A. (1998). The focus group kit. Thousand Oaks (California): Sage Publications.
- Muchielli, R. (1974): L’analyse de contenu des documents et des communicationa, Librairies Techniques, París.
- Ortí, A. (1990): “La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo”, en M. García Ferrando, J. Ibáñez e F. Alvira, *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Universidad (171-203)
- Pere Soler (1997), “El grupo de discusión y el análisis de datos”. Barcelona: Paidós.
- Piñuel Raigada, J.L (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de Sociolingüística*. Vigo: Universidade de Vigo.
- Querol, E. (2000) *Els valencians i el valencià: usos i representacions socials*. Paiporta: Editorial Denes.
- Steward, D.W. e Shamdasani, N. (1989). *Focus groups: theory and practice*. Applied Social Research Methods Series, (vol. 20). Newbury Park (California): Sage Publications.
- Seminario de Sociolingüística /RAG (1994): “Lingua inicial e competencia lingüística en Galicia”. A Coruña: Real Academia Galega.
- Taylor, S. e Bodgan, R. (1992): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Tejerina, B. (1992): “Nacionalismo y lengua”, Madrid, CIS.

CAPÍTULO 3

A ENQUISA COMO TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

Neste apartado do curso imos afondar na técnica da enquisa. Nun primeiro lugar trataremos de analizar de onde procede esta técnica e as súas aplicacións ao campo da sociolingüística. A continuación trataremos de chegar a unha definición sobre esta técnica tratando de diferenciala de termos afíns, co obxectivo de non confundir “a parte co todo”, distinguírase do cuestionario, da entrevista, da escala e doutras técnicas e procedementos dos que fai uso. O seguinte paso na nosa andaina é determinar os tipos diferentes de enquisa que existen: enquisa persoal, telefónica e por correo.

No momento que teñamos clara a definición de enquisa hai que seguir co seguinte paso dunha investigación, a selección da mostra. Facer un achegamento moi detido desta sección levaríamos todo un curso académico. Para este curso o obxectivo é que coñezades os tipos de mostraxe que existen, como determinar o tamaño dunha mostra, que é o erro mostral e algúns dos seus problemas básicos.

Unha vez determinada a mostra do noso estudo atopámonos co seguinte dilema: ¿como seleccionamos os nosos enquisados? A selección do enquisado está determinado polo tipo de enquisa que imos facer: por correo, por teléfono ou cara a cara. Nesta apartado coñeceremos termos como mostraxe por cotas ou mostraxe de rutas aleatorias.

Xa temos todo preparado, sabemos cal é a mostra do noso estudo, xa temos o método de selección dos enquisados, pero cal é o instrumento que imos administrar. Neste apartado centrarémonos na elaboración do cuestionario. Este é un elemento moi específico de cada investigación, non obstante, hai que ter claras algunhas pautas. Primeiro, un paso obvio, é saber para que tipo de investigacións se pode utilizar, cales son as súas debilidades e cales as súas fortalezas. Daremos resposta a cuestións como: que son preguntas abertas, que son respostas tipo Likert ou que é o diferencial semántico e como deberían estar ordenadas as preguntas.

Os membros da investigación afrontarán o seguinte reto: seleccionei a mostra, seleccionei os enquisados e elaborei o cuestionario, ¿que fago agora? Unha vez

recollidos os datos temos que trasladalos a algún tipo de formato que permita a súa análise. Esta fase denomínase tratamento dos datos. Veremos as formas nas que se codifican os datos e veremos a grandes trazos algúns das análises estatísticas que se utilizan.

Cando se pensaba que todo estaba rematado, aínda non chegou o final. Despois de todo o traballo anterior quedáanos por salvar o escollo da presentación dos datos, como se debe elaborar un informe, qué tipos de informes hai, etc.

2. ¿QUE SON AS ENQUISAS?

A enquisa tal como se a coñece hoxe en día é unha técnica de investigación social relativamente recente. De feito, o seu nacemento pode datarse no período comprendido entre as dúas guerras mundiais. O nacemento desta técnica non puido ser antes porque ata esa época non se tiñan as ferramentas técnicas para podela desenvolver.

Na sociedade actual todos ou senón case todos temos unha definición intuitiva e implícita sobre que son as enquisas. Sen embargo, hai que ter moi claro a súa definición para podela utilizar con certas garantías.

Para poder chegar a ter claro a definición desta técnica temos que partir da distinción entre métodos e técnicas de investigación. Os métodos de investigación son as estratexias xerais do traballo científico mentres que as técnicas de investigación son procedementos para a recollida e elaboración dos datos.

Polo tanto, a enquisa é unha técnica entre outras moitas e hai que elixir aquela que mellor se adecúa os obxectivos da miña investigación. Non hai que caer no error, bastante habitual, de confundir os fins cos medios, “de poñer o carro diante dos bois”.

A definición de enquisa sería:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los que se recogen y analizan una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar (Arias e Fernández, 1998:40).

Outra definición, que segue a mesma liña que a anterior, é a proporcionada por Fowler (1993:1), que identifica a investigación mediante enquisas coas seguintes características: 1) o seu principal fin é producir estatísticas, é dicir, descrições cuantitativas ou numéricas dalgúns aspectos da poboación estudada; 2) os datos

recóllense mediante cuestionario; 3) por regra xeral, analízase a só un grupo de individuos (mostra) coa finalidade de facer inferencias a todo o conxunto (poboación).

A pertinencia da enquisa en determinadas áreas de investigación sociolingüística é indubidable tocando aspectos tan diversos como: actitudes lingüísticas, o contacto de linguas, demografía lingüística, planificación lingüística, etc. (Ramallo e Lorenzo, 2002).

2.1 Tipos de enquisa

Na actualidade determínanse tres grandes tipos de enquisas: a enquisa persoal, a enquisa por correo e a enquisa telefónica, aínda que comezan a xurdir novos tipos de enquisa cunha gran proxección de futuro.

A selección dunha ou doutro tipo de enquisa dependerá de dous aspectos: a) dos obxectivos e b) das posibilidades materiais da investigación. Por exemplo, se se quere analizar a lingua inicial dunha poboación determinada, sería suficiente cun cuestionario de 4 ou 5 preguntas, e faríase rapidamente a partir da enquisa telefónica. Pola contra iso non sería tan doado se tiveramos como obxectivo extraer perfís sociolingüísticos dunha zona xeográfica, xa que habería que utilizar o cuestionario por correo ou cara a cara.

2.1.1 A enquisa persoal

Este tipo de enquisa é a máis utilizada. Implica a participación de un ou máis enquisadores que lle propoñen unha serie de cuestións aos suxeitos. Normalmente utilízase un guión da entrevista e/ou cuestionario no que se inclúen as preguntas a realizar. O entrevistador debe ser unha persoa formada na técnica porque debe tratar facelas da mesma maneira e na mesma orde para que as preguntas sexan comparables e analizadas con certa fiabilidade.

2.1.2 A enquisa por correo

Este tipo de enquisa utiliza o servizo de correos para facer chegar a unha mostra representativa de suxeitos un cuestionario autoadministrado, unhas instrucións sobre como administralo e un sobre franqueado coa dirección impresa para que o remitan de volta aos investigadores.

2.1.3 A enquisa telefónica

Este tipo de enquisa é semellante á persoal coa salvedade da utilización como medio de comunicación o teléfono. Inicialmente este tipo de enquisa foi a menos utilizada, sen embargo, na actualidade a maior parte das entrevistas utilizan este sistema. A causa do auxe desta tipo de enquisa son os novos avances en mostraxes automatizados (RDD. *Random Digit Dialing*) onde o ordenador marca aleatoriamente os números, as enquisas telefónicas asistidas por ordenador (*Computer-Assisted Telephone Interviewing-CATI*) (ver Figura 1) e as entrevistas telefónicas automatizadas, onde desaparece a interacción co entrevistador e é o programa informático quen “fai” automaticamente a chamada, formula as preguntas e marca as respostas do suxeito.

O problema deste tipo de enquisa é achegarse a todo o universo.

Now I'd like your perceptions of selected firms on selected attributes. For each attribute, I will ask you to rate several firms using a 1 to 9 scale where:

"9" means you perceive that the attribute definitely describes the firm,
"1" means you perceive that the attribute definitely does not describe the firm.

Whether you have used the firm or not, please give me your immediate impression on a 1-to-9 scale. If you can't rate a firm on a particular attribute, please enter 0.

Keeps you updated when you have work in progress

	Rating
Wolf & Young	
Dixon Communications	
MBM Communications	
JR Robinson LLC	
Morgan & Shift LTD	
McKinney International	
Beacon Inc.	
The Douglas Group	
McGraw & Fullen LTD	
Reed and Associates	

Next

Figura 1. Saída dun cuestionario co programa CATI

2.1.4 Outros tipos de enquisa

Ademais dos tipos de enquisas xa mencionados hai que salientar outras dúas modalidades en función da maneira de recoller os datos: a enquisa en grupo e a enquisa *household drop-off*. A primeira consiste en utilizar un cuestionario autoadministrado a un grupo de suxeitos. A segunda é unha mestura das vantaxes de

entrevista por correo e a entrevista presencial. O entrevistador diríxese á casa dos entrevistados para entregarlles un cuestionario e pásao recoller máis adiante.

Hoxe en día comeza a ter máis importancia a entrevista vía a internet. Este tipo de enquisas teñen un futuro moi prometedor, pero presenta o mesmo problema que a enquisa telefónica, o achegamento a todo o universo.

2.2 Vantaxes e inconvenientes dos diferentes tipos de enquisa⁷

a) Vantaxes potenciais da enquisa persoal

1. Son as máis adecuadas cando se utilizan determinados tipo de deseños mostrais (por exemplo as rutas aleatorias).
2. Son as máis efectivas para asegurar a cooperación dos enquisados.
3. A presenza do entrevistador permite, entre outras cousas, responder as dúbidas do enquisado e asegurarse que este responda a todas as preguntas.
4. Permite a utilización de estratexias que combinan varias técnicas de recollida de datos (por exemplo a observación, os cuestionarios autoadministrados, etc.).
5. Permiten a realización de entrevistas de longa duración.

b) Inconvenientes potenciais da enquisa persoal

1. Implica un gasto maior.
2. Necesitan enquisadores adestrados e que estean xeograficamente próximos á mostra que se desexa entrevistar.
3. Requiren máis tempo que as telefónicas para a recollida de datos.
4. Certo tipo de mostras poden ser máis accesibles por outros tipos de enquisa (por exemplo estudantes, etc.).

a) Vantaxes potenciais da enquisas telefónicas

1. Baixo custe.
2. Pódese utilizar a estratexia de *Random-Digit Dialing*, o que permite o descoñecemento das direccións e nomes dos enquisados.
3. Permite o acceso a determinado tipo de poboación.
4. Son moi útiles cando se necesita realizar unha enquisa nun breve período de tempo.
5. Permite aclarar dúbidas aos enquisados.
6. As cuestións relativas ao persoal implican menos problemas que nas enquisas persoais.
7. Ofrecen unha boa taxa de resposta comparada coas enquisas por correo.

⁷ Fonte: (Adaptación de Fowler, 1993)

b) Inconvenientes potenciales da enquisa telefónica

1. Soamente permiten o acceso a aquelas persoas que teñen teléfono.
2. Cando se utiliza o RDD ofrece unha taxa de resposta máis baixa que a entrevista persoal.
3. Implica limitacións importantes na elaboración do cuestionario e tampouco permite a presentación de estímulos visuais nin a observación da conduta non verbal do entrevistado.
4. É probable que non sexa moi axeitada para realizar enquisas sobre temas delicados.

a) Vantaxes potenciales dos diferentes tipos de enquisas autoadministradas (correo, en grupo, drop-off)

1. Permite a realización de preguntas que requiren presentacións visuais.
2. Pódense realizar preguntas longas e categorías de resposta complexas.
3. Permite a realización de baterías de preguntas.
4. O enquisado non ten que compartir a súas respostas co entrevistador.

b) Inconvenientes potenciales dos diferentes tipos de enquisas autoadministradas (correo, en grupo, drop-off)

1. O deseño do cuestionario é moi laborioso.
2. As preguntas abertas non acostuman ser moi útiles.
3. Necesítase que os entrevistados saiban ler e escribir.
4. Non se dispón dun entrevistador que asegure que as preguntas se comprendan adecuadamente e da súa calidade.

a) Vantaxes da enquisa auto-administrada en grupo

1. Normalmente conséguense altas taxas de cooperación.
2. Existe a posibilidade de explicar os obxectivos do estudo e aclarar dúbidas dos enquisados.
3. Esixe un custe económico baixo.

b) Inconvenientes da enquisa auto-administrada en grupo

1. É moi difícil obter mostras representativas mediante este procedemento.

a) Vantaxes da enquisa por correo

1. Implica un custe relativamente baixo.
2. Pódese levar a cabo con poucos recursos e persoal.
3. Permite acceder a m ostras dispersas e aquelas que non dispoñen de teléfono.

4. Os enquisados teñen tempo para elaborar e revisar a súas respostas.

b) Inconvenientes da enquisa por correo

1. Dependendo da mostra estudada, en ocasións, é difícil conseguir a cooperación axeitada
2. Implica diversos inconvenientes asociados á non presenza do entrevistador. Necesitase coñecer e elaborar correctamente a listaxe de enderezos dos enquisados.

2.3 Selección da mostra

A inmensa maioría das ocasións nas que se pon en marcha unha investigación resulta imposible traballar directamente coa poboación. O estudo que utilizase toda o universo tería bastantes problemas en cuanto a tempo, esforzo, custe e credibilidade dos resultados.

Así pois, polo xeral, non é posible enquisar toda a poboación. Pero se isto fose posible, os resultados non serían cribles. E se fosen cribles, o máis posible é que xa non serían aplicables á poboación obxectivo, pois esta estaría transformada (Manzano, 1998).

Polo tanto, se na maioría dos casos non é posible abordar toda a poboación existe unha estratexia que consiste en considerar unicamente unha porción da poboación, que se denomina mostra.

Os resultados que se obteñan coa mostra teñen que cumprir o requisito de ser razoablemente extrapolables aos resultados da poboación. É dicir, o obxectivo dunha mostra é que sexa representativa da poboación á que representa. Para conseguir isto, a mostra debe cumprir determinados requisitos para a selección dos suxeitos ou obxectos da mostra.

Realmente non se mide directamente a poboación. No seu lugar utilizamos unha estratexia. Como resultado final, cabe esperar un erro na medición aínda que este non sexa moi elevado. Sen embargo, este erro parte dunha premisa: canto mellor estea seleccionada a mostra menor será este erro.

A función dunha mostra é substituír a medición da poboación xa que isto non é posible. Polo tanto, seleccionamos unha mostra e realizamos unha medición dela. A cuestión é que isto é recomendable cando a mostra que seleccionamos é representativa da poboación que se quere medir.

A representatividade refírese a cando a mostra reúne as características máis importantes da poboación obxecto de estudo.

Por exemplo:

Poñamos o caso de que queremos coñecer as actitudes cara ao galego dos mozos galegos comprendidos no tramo de idade de 16 a 25 anos. Se analizamos outros estudos sobre actitudes podemos elaborar a hipótese de que a variable hábitat é importante. Consecuentemente se a nosa mostra é predominante do urbano os resultados poden non ser representativos.

No caso anterior a mostra definiríase como nesgada con respecto á variable hábitat. Polo tanto, na mostraxe deberíamos procurar que a repartición desta variable fose semellante á distribución da poboación.

Cando se deseña a distribución da mostra deberíamos ter en conta aquelas variables que poden ter algún tipo de repercusión no obxecto de medida. Non obstante, resulta moi difícil considerar todas as variables que poidan ter algún tipo de repercusión, polo tanto, ¿como garantir que unha mostra sexa representativa? A resposta a esta pregunta é o azar.

Lanzando unha moeda ao aire cando caia terá dúas posibilidades: cara ou cruz. Despois de 100 lanzamentos cabe esperar que en 50 ocasións saíra cara e noutras 50 saíra cruz. Quizais durante os primeiros lanzamentos saia cara pero a medida que se vaia repetindo a experiencia e se a moeda está equilibrada o resultado irá achegándose ao 50%.

Esta é a razón polo que para que unha mostra sexa considerada representativa debeu ser obtida mediante un procedemento aleatorio. Non obstante, o azar ten un comportamento imprevisible con total exactitude, polo tanto na selección de mostras establécense restricións para controlar o efecto específico de certas variables.

Cando falamos dun estudo que requira a selección dunha mostra, un dos aspectos que máis preocupan aos investigadores é o tamaño desta. A decisión sobre o número de unidades que se teñen que seleccionar non sempre está moi ben fundada, pola contra, frecuentemente atópase en función de criterios como a comodidade ou o hábito.

Se retrocedemos ao exemplo da moeda, atopamos que a medida que os ensaios diminúen a garantía de representatividade decrece. Lanzando a moeda un millón de veces hai que esperar unha probabilidade dun 50% de que saia cara e un 50% de que

saia cruz. Pola contra, se lanzamos a moeda 4 veces, se sae cara 4 veces non sería estraño.

Un mostra demasiado pequena non se pode considerar representativa. Non obstante, existe un crenza que canto máis grande é a mostra máis calidade terá. Non obstante, aínda que en moitas ocasións as mostras son demasiado pequenas, noutras ocasións son demasiado grandes. As mostras demasiado grandes implican un gasto innecesario de medios materiais, persoais e temporais e, ademais, implican unha diminución do control sobre o traballo de campo.

En definitiva, a mostra debe ter un tamaño óptimo.

2.4 Tipos de mostraxes

2.4.1 Mostraxe non aleatoria

Os procedementos de obtención de mostras mediante estratexias non aleatorias non están moi ben vistas. A razón da falta de prestixio deste tipo de mostras é moi sinxela, non só a mostra non é representativa senón que non se conta cun procedemento obxectivo de extrapolar os datos á poboación.

Este tipo de mostraxe non aleatoria ten unha función especial. Hai ocasións onde non se poden obter mostras aleatorias, por exemplo, no caso das poboacións onde as súas unidades se descoñecen e se trasladan continuamente (Manzano, 1998). Por outra banda, este tipo de procedemento implica pouco tempo, esforzo e cartos. Tamén pode servir naqueles estudos onde o obxectivo é ter unha primeira impresión da situación, coma nun estudo piloto ou en estudos comerciais.

Unha taxonomía das mostraxes non aleatorias sería.

1. Selección normal, circunstancial ou errática.
2. Selección experta ou de xuízo.
3. Mostraxe por cotas que aglutina as dúas opcións anteriores.

2.4.2 Mostraxe aleatoria

a) Mostraxe aleatoria simple

Este é o modelo máis simple da serie, é a súa vez, a base teórica que sustenta o resto, de tal forma, que constitúe o fundamento máis transcendente da teoría da mostraxe.

É sen dúbida, o procedemento máis simple de concibir, non obstante na práctica é o procedemento máis difícil de implementar. Nas investigacións mediante enquisas é virtualmente imposible producir a mostra aleatoria perfecta, polo que non é o modelo utilizado usualmente salvo con poboacións pequenas.

Neste tipo de mostraxe a selección dos elementos da mostra faise nunha soa etapa, directamente e sen reempazamento⁸. Na práctica equivale a censar, ou utilizar un censo da poboación obxecto de estudo, para extraer ao azar, os elementos que van formar parte da mostra. A selección pode facerse mediante táboas de números aleatorios (ver táboa de números aleatorios) ou por calquera método semellante, como o bombo, que garanten a aleatoriedade da selección.

Este tipo de mostraxe aplícase, fundamentalmente, en investigacións sobre poboacións pequenas, plenamente identificables, máxime se constitúen universos específicos e diferenciados. Deste xeito, unha mostra sobre médicos, mestres, etc. ou sobre outro colectivo diferenciado e pequeno debería extraer mediante unha mostraxe aleatoria simple.

No caso das poboacións grandes, ofrece maiores dificultades. Primeiramente, é difícil realizar unha listaxe de todo o universo, se fose posible, o proceso para extraer a mostra resultaría dificultoso; finalmente a dispersión da mostra podería ser importante, o que implicaría un aumento dos custes e do tempo do traballo de campo.

b) Mostraxe sistemática con arranque aleatoria

Este método é unha variante do anterior, que difire na forma de selección das unidades mostrais. Con ese obxectivo, obtense o “coeficiente de elevación”: $\frac{N}{n}$ ⁹ e elíxese ao azar un número non superior ao mesmo, que é o que indica o punto de arranque da selección. A partir de aquí, ao número elixido súmaselle, sucesivamente, o coeficiente de elevación, dando lugar a números que pasan a formar parte da mostra.

c) Mostraxe aleatoria estratificada

Neste tipo de mostraxe establécense restricións á selección e é enteiramente aleatoria. A conciencia de que existen variables con influencia sobre a característica que se pretende medir, leva a exercer un control específico. Con respecto á variable con influencia (por exemplo: hábitat, sexo, idade, nivel de estudos, etc.). establécense unha serie de *h* categorías. Para cada categoría extráese unha mostra aleatoria da poboación.

Por exemplo:

Preténdese escoller coñecer cal é a lingua habitual das persoas que viven en Galicia. Para isto, controlaremos o hábitat de residencia dos enquisados distribuído en 3 niveis: rural,

⁸ Sen reempazamento quere dicir que, unha vez elixido un elemento da poboación para incluílo na mostra, exclúese da mostra para non volver ser elixido.

⁹ N = número de elementos da poboación; n = número de elementos da mostra.

vilego e urbano, extraerase unha mostra de persoas que viven en núcleos rurais (R), en núcleos vilegos (V) e núcleos urbanos (U). Desta forma, a mostra final terá un tamaño de $n=R+V+U$.

Cada un dos subconxuntos xerados pola variable de control denomínanse estratos. De feito, parte da hipótese de que as persoas se asemellan máis entre si dentro de cada estrato e difiren dun estrato a outro respecto á característica que se pretende medir. Este procedemento contribúe a reducir a varianza das estimacións. Isto tradúcese en ganancias e en precisión, é dicir, en diminución dos erros de mostraxe.

Chámase afixación ao procedemento de reparto de unidades de mostraxe nos diferentes estratos que compoñen a mostra. Existen varios procedementos de afixación, cada un cunhas determinadas consecuencias para a estimación (uniforme, proporcional, de Neyman, de compromiso e óptima). Aquí só imos falar da afixación proporcional e non proporcional.

I. Afixación uniforme: todos os estratos son do mesmo tamaño na mostra.

II. Afixación proporcional: o tamaño do estrato i na mostra n_i é proporcional ao tamaño do estrato na poboación N_i .

d) Mostraxe por conglomerados

Os conglomerados correspóndense con subdivisións da poboación, ao mesmo que ocorría cos estratos. Non obstante, a característica que teñen en común os membros dos conglomerados é que as súas unidades coinciden nunha localización común, isto non quere dicir que sexan homoxéneas en algo.

e) Mostraxes polietápicas

A submostraxe é unha técnica que consiste en dividir nun certo número de unidades máis pequenas as unidades de poboación utilizadas no deseño mostral. É, polo tanto, un caso especial de mostraxe aleatoria por conglomerados, no que a unidade final de mostraxe non van ser os conglomerados senón subdivisións destes.

2.5 Tamaño da mostra

O tamaño da mostra fai referencia ao número de elementos do universo que se seleccionan para extraer deles a información que, despois, se vai xeneralizar.

Hai que resaltar que para o estudo do tamaño da mostra o nivel de precisión requirido – o erro da mostraxe – é o elemento máis importante deste campo, posto que condiciona e, en gran parte, determina a dimensión da mostra. Existen tamén outros factores relevantes que, necesariamente, se han de ter en conta para dimensionar a mostra.

2.6 Varianza poboacional

Nunha bolsa temos 400 bólas negras e 400 bólas brancas e noutra temos 100 bólas negras e 900 bólas brancas. A posibilidade de extraer un bóla negra é 0,5 (400/800) na primeira bolsa e de 0,10 (100/1000) na segunda. Dito doutro forma, o universo da primeira bolsa é máis heteroxéneo ca a segunda.

Esta circunstancia fai referencia a un concepto central na estatística inferencial, a varianza. A varianza é unha medida de dispersión. Por iso, cando unha poboación é máis homoxénea, a varianza é menor e, consecuentemente, o número de entrevistas necesarias para construír un modelo reducido de universo, será máis pequeno.

Por tanto, en operacións previas ao deseño mostral deberíanse tentar o coñecemento aproximado da varianza, para tela en conta á hora de decidir o tamaño da mostra.

As dúas técnicas utilizadas para coñecer a varianza poboacional son: a) a experiencia previa do investigador e b) os estudos piloto previos á realización da investigación.

Na práctica da mostraxe, cando non se realizan estudos previos de varianza ou cando se pretende estimar parámetros referidos a múltiples cuestións tómase a proporción $P=(1-P)$, é dicir, as probabilidades de 0,50 e 0,50. Isto implica un maior tamaño da mostra para un nivel de precisión dado, que encarece os custes, pero dá garantías de non se equivocar por defecto ao determinar o tamaño da mostra.

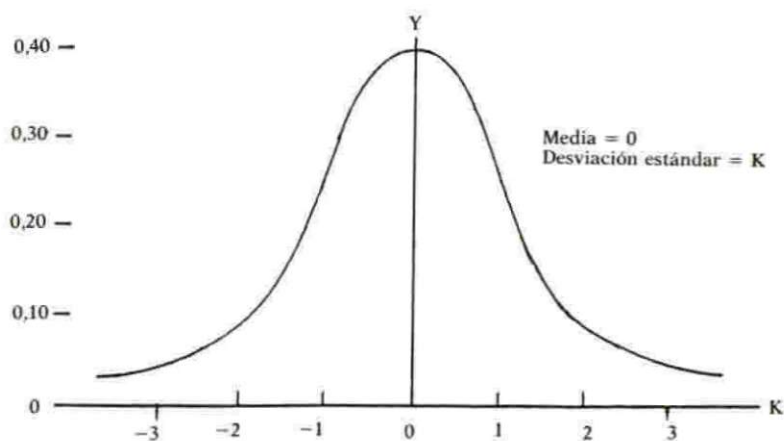
2.7 Tipo de mostraxe

En xeral, tomando como referencia a mostraxe aleatoria simple, normalmente a mostraxe por conglomerados é menos precisa e a estratificada máis.

2.8 Nivel de confianza

O nivel de confianza en estatística fai referencia á probabilidade de acertar, é dicir, á probabilidade de que unha estimación, en ausencia de nesgos, se axuste á realidade. Representa, por tanto, a porcentaxe de probabilidade que o investigador elixe, que variará dependendo do intervalo acoutado. Para a construción dos intervalos pártese da distribución normal:

Valores da distribución normal	Probabilidade comprendida no intervalo
-1 sigma e +1 sigma	.683
-2 sigmas e +2 sigmas	.955
-3 sigmas e +3 sigmas	.997



A partir destes intervalos interprétase que o nivel de confianza no sentido de que hai un 68,3; 95,5 e 99,7% de probabilidade de que a estimación se aproxime ao valor do parámetro poboacional.

2.8 Erro de estimación

Por perfecta que sexa a nosa mostra sempre haberá algunha diverxencia entre os valores obtidos da mostra (estimacións) e os valores correspondentes da poboación (parámetros), xa que só se analiza unha parte da poboación. Esta disparidade coñecese como erro mostral que depende dos mesmos factores que o tamaño mostral: amplitude do universo, varianza poboacional, nivel de confianza e tipo de mostraxe que se utilice.

2.9 Cálculo do tamaño da mostra

Trátase de integrar, en formulación matemática, o conxunto de factores que inciden na determinación do tamaño da mostra, é dicir, o erro da mostraxe prefixado, a varianza, o tipo de mostraxe e o nivel de confianza.

Imos presentar as fórmulas de calculo do tamaño da mostra para universos pequenos (mostra para universos finitos):

$$n = \frac{NK^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + K^2 P(1-P)}$$

Símbolos:

n= Tamaño da mostra

N= Tamaño do universo

K=Nivel de confianza

e= Erro de mostraxe

P= Proporción dunha categoría da variable

P(1-P)= Varianza

A mostra para universos grandes (mostra para universos infinitos, máis de 50.000 unidades) é a seguinte:

$$n = \frac{K^2 P(1-P)}{e^2}$$

Táboa para determinar o erro estimado dunha mostra con pobaoacións de máis de 100.000 unidades.

$$\text{Fórmula n} = \frac{K^2 P (1-P)}{e^2}$$

Valores de P y de (1-P) en porcentajes: P + (1-P) = 100

Límites de error ± 2 k en %	1/99	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	45/55	50/50
0,1	39.600	190.000	360.000	510.000	640.000	750.000	840.000	910.000	960.000	990.000	1.000.000
0,2	9.900	47.500	90.000	127.500	160.000	187.500	210.000	227.500	240.000	247.500	250.000
0,3	4.400	21.111	40.000	56.667	71.111	83.333	93.333	101.111	106.667	110.000	111.111
0,4	2.475	11.875	22.500	31.875	40.000	46.875	52.500	56.875	60.000	61.875	62.500
0,5	1.584	7.600	14.400	20.400	25.600	30.000	33.600	36.400	38.400	39.600	40.000
0,6	1.100	5.278	10.000	14.167	17.778	20.833	23.333	25.278	26.667	27.500	27.778
0,7	808	3.878	7.347	10.408	13.061	15.306	17.143	18.577	19.592	20.204	20.408
0,8	619	2.969	5.625	7.969	10.000	11.719	13.125	14.219	15.000	15.469	15.625
0,9	489	2.346	4.444	6.296	7.901	9.259	10.370	11.235	11.852	12.222	12.346
1,0	396	1.900	3.600	5.100	6.400	7.500	8.400	9.100	9.600	9.900	10.000
1,5	176	844	1.600	2.267	2.844	3.333	3.733	4.044	4.267	4.400	4.444
2,0	99	475	900	1.275	1.600	1.875	2.100	2.275	2.400	2.475	2.500
2,5	63	304	576	816	1.024	1.200	1.344	1.456	1.536	1.584	1.600
3,0	44	211	400	567	711	833	933	1.011	1.067	1.100	1.111
3,5	32	155	294	416	522	612	686	743	784	808	816
4,0	25	119	225	319	400	469	525	569	600	619	625
4,5	20	94	178	252	316	370	415	449	474	489	494
5,0	16	76	144	204	256	300	336	364	384	396	400
6,0	11	53	100	142	178	208	233	253	267	275	278
7,0	8	39	73	104	131	153	171	186	196	202	204
8,0	6	30	56	80	100	117	131	142	150	155	156
9,0	5	23	44	63	79	93	104	112	119	122	123
10,0	4	19	36	51	64	75	83	91	96	99	100
15,0	2	8	16	23	28	33	37	40	43	44	45
20,0	1	5	9	13	16	19	21	23	24	25	25
25,0	0,6	3	6	8	12	12	13	15	15	16	16

2.10 Selección do enquisado

A última acción correspondente á selección de mostrax é entrar en contacto con cada unha das unidades seleccionadas. Na investigación mediante enquisas isto chámase *selección do enquisado*. A selección está en función do tipo de enquisa que se estea realizando: enquisa por correo, telefónica ou cara a cara.

2.10.1 Enquisas por correo

Unha vez que se ten unha base de datos útil e dispoñible, a selección do enquisado redúcese a realizar n decisións aleatorias, sendo n o número de enquisas a realizar.

Unha vez realizada a selección dos enquisados, o máis complicado do proceso é poñer en marcha unha estratexia que aumente a probabilidade de obter resposta. Débense cumprir unha serie de condicións:

1. O cuestionario debe reunir unha serie de condicións.
2. A documentación que se lle adxunta debe ser o suficientemente clara e atractiva como para que garanta, na medida do posible, que vai ser lida.
3. A documentación que se lle envía ao seleccionado debe conter: a) o cuestionario coas instrucións para a súa cumprimentación así como información sobre obxectivos do estudo, organismos que patrocinan, transcendencia dos resultados, etc.; b) información de contacto sobre a quen, como e a quen se dirixir para recadar máis información, resolver dúbidas, aportar suxestións, etc.; c) sobre con dirección e franqueado; d) é recomendable incluír un incentivo; e) é recomendable poñer algún procedemento de insistencia, xa que boa parte dos enquisados non responde no primeiro intento.

2.10.2 Enquisas por teléfono

A selección do enquisado nunha investigación mediante enquisas por teléfono depende das características do “marco” e do procedemento de selección de números.

Se o marco está composto por unha listaxe de números reais de teléfonos, a selección é doada pero pesada. O procedemento ideal sería unha mostraxe sistemática con arranque aleatoria.

Hai unha alternativa que consiste en non partir dunha listaxe de teléfonos senón de números de teléfonos xerados por un programa de software.

2.10.3 Enquisas cara a cara: mostraxe por cotas

Esta é unha estratexia non aleatoria, que descarga no enquisador boa parte da representatividade da mostra, se ben tenta garantir un mínimo utilizando táboas de continxencia.

Táboa. Exemplo de táboa de cotas

anos	<18	18-25	26-40	>40	
home	12	15	18	15	60
muller	13	17	21	20	71
	25	32	39	35	131

Así pois, o enquisador conta cunha táboa de cotas e unha zona para enquisar. Sae á rúa e comeza a andar... ¿como selecciona ao enquisado? Nun principio, a única limitación é que a persoa que escolla encaixe dentro dos perfís que lle foron asignados.

2.10.4 Enquisas cara a cara: mostraxe por rutas aleatorias

O procedemento das rutas aleatorias vai consistir basicamente en construír, sobre a marcha e por parte do enquisador, unha ruta, un camiño polas rúas, sendeiros da zona, seleccionando sentidos da marcha, beirarrúas, edificios, portais, escaleiras, pisos e vivendas seguindo unha estratexia aleatoria.

Así pois, interesa construír o procedemento mediante o que se consegue a selección da vivenda e, dentro dela, a un enquisado, e illar os momentos nos que o enquisador debe tomar unha decisión. Tales momentos son:

1. Punto de partida na zona.
2. Sentido da marcha desde o punto de partida.
3. Selección dun edificio.
4. Selección dunha vivenda dentro dun edificio.
5. Selección dun posible enquisado, dentro da vivenda.

Figura. Exemplo de inicio da ruta

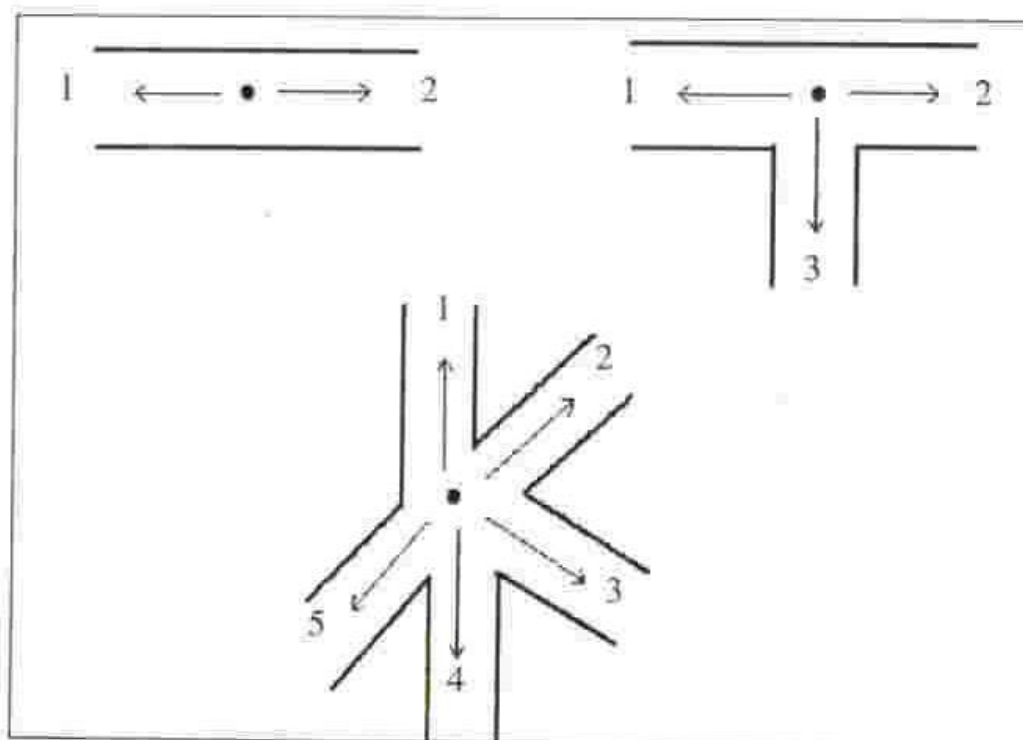
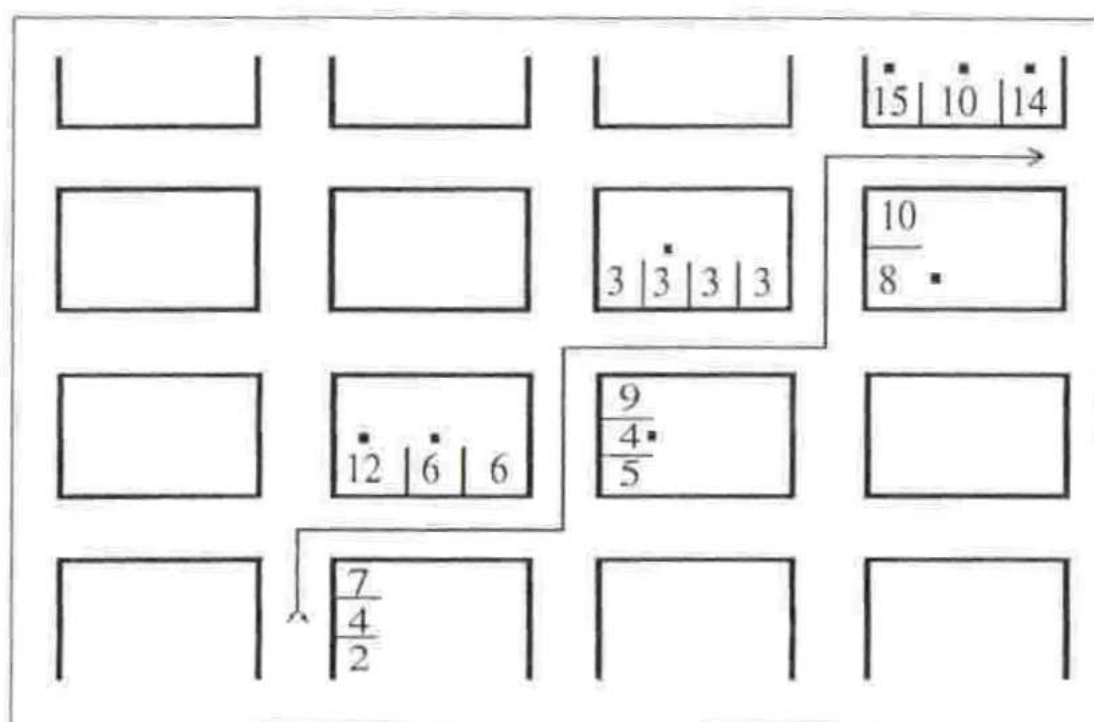


Figura. Ejemplo de selección de edificio



Táboa: Exemplo de táboa de números aleatorios

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	1	1	2	4	5	3	4	5	9	7	7	12	1	6	10	4	9	5	11	19	1
2	1	2	1	2	2	2	2	4	5	3	11	2	9	10	11	9	10	18	8	18	2
3	1	2	2	4	3	5	2	5	9	7	10	9	5	13	9	1	7	6	19	8	3
4	1	2	3	4	2	5	2	7	8	9	2	7	1	13	4	7	4	14	4	10	4
5	1	2	1	3	4	2	5	7	8	10	4	11	2	7	15	16	14	6	7	8	5
6	1	2	3	3	1	4	6	5	8	7	3	7	2	10	2	5	6	7	11	3	6
7	1	1	1	1	4	4	5	5	6	3	9	11	8	12	2	8	6	15	4	10	7
8	1	1	2	3	4	6	3	3	8	10	1	4	2	14	6	8	14	1	13	19	8
9	1	1	3	3	1	3	6	7	7	8	10	12	9	6	8	2	3	2	19	1	9
10	1	2	3	1	2	6	2	8	3	7	11	5	2	5	2	13	6	1	9	17	10
11	1	2	2	2	3	2	3	6	1	7	3	4	4	8	15	8	6	13	17	13	11
12	1	1	1	3	2	5	1	1	7	1	3	3	6	11	6	10	16	8	8	5	12
13	1	1	3	3	5	1	7	4	9	2	11	4	2	10	14	9	3	10	14	15	13
14	1	2	3	1	4	5	4	1	1	2	1	12	9	4	5	1	5	10	17	16	14
15	1	1	3	2	5	1	1	1	3	9	8	4	5	7	12	9	8	14	18	5	15
16	1	2	1	3	5	2	1	5	9	2	3	2	2	4	6	2	14	18	10	12	16
17	1	1	3	3	1	2	4	7	4	7	5	9	1	6	13	9	13	10	4	15	17
18	1	2	2	1	2	5	6	7	7	8	2	7	1	10	11	12	17	8	17	15	18
19	1	1	3	1	5	3	1	6	2	6	6	2	7	10	11	14	4	14	19	7	19
20	1	1	3	2	4	2	1	4	6	4	10	5	9	6	12	9	2	7	18	11	20
21	1	2	1	2	1	2	5	2	2	10	6	6	7	7	7	2	11	14	9	14	21
22	1	1	3	2	4	2	6	2	5	5	6	9	4	3	12	13	16	4	19	17	22
23	1	2	2	4	1	5	7	2	6	5	11	5	8	9	9	9	12	15	10	5	23
24	1	1	1	1	3	2	1	4	6	10	3	10	2	12	2	9	15	5	19	4	24
25	1	2	3	4	1	5	4	6	3	3	3	2	3	8	15	8	2	3	3	8	25
26	1	1	3	1	3	2	4	3	9	5	2	8	13	13	9	16	2	2	5	13	26
27	1	1	3	2	3	3	5	2	6	5	10	1	11	5	12	1	14	3	18	11	27
28	1	2	1	2	2	4	7	4	7	1	7	7	6	13	14	16	15	16	10	2	28
29	1	1	2	1	3	2	6	1	6	3	8	11	12	13	3	12	10	3	4	7	29
30	1	1	1	1	1	5	3	4	2	4	8	1	12	6	12	1	2	18	19	3	30
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	

2.11 Elaboración do cuestionario

A simple vista semella que a elaboración dun cuestionario non é complicada. Os exemplos das enquisas publicadas nos medios de comunicación confirman esa impresión. Pero as primeiras impresións poden enganarnos. Non é esaxerado dicir que gran parte do éxito dunha investigación depende da calidade da enquisa.

Na actualidade non existe unha teoría consolidada que sirva de guía na elaboración e redacción dun cuestionario, e simplemente fóronse acumulando regras baseadas no sentido común e na experiencia colectiva dos investigadores.

Os pasos na elaboración dun cuestionario deberían ser os seguintes:

- a) Tomar a decisión adecuada sobre se procede ou non a elaboración dun cuestionario.
- b) Utilizar un esquema conceptual sobre a medición como criterio durante o proceso de elaboración.
- c) Formular en termos operativos o obxectivo e información que o cuestionario debe aportar.
- d) Diseñar o cuestionario de forma que responda aos obxectivos da enquisa.
- e) Redactar preguntas precisas e relevantes sobre variables e compoñentes recollidos nos obxectivos da enquisa.
- f) Comprobar a calidade do cuestionario.
- g) Ser conscientes das consecuencias que pode levar a utilización dun cuestionario.

2.11.1. ¿Que é un cuestionario?

Unha definición de cuestionario podería ser a seguinte:

Un cuestionario é un documento que recolle de forma organizada os indicadores das variables implicadas no obxectivo da enquisa. (Padilla, González e Pérez, 1998:116)

A delimitación conceptual fronte a outros termos semellantes sería:

- a) *Enquisa.* Sistema de recollida de información sobre unha ampla variedade de temas para unha gran diversidade de obxectivos.
- b) *Entrevista.* Nomea a interacción entre entrevistador e entrevistado. O enquisador desaparece no caso de cuestionarios auto-administrados.
- c) *Test.* Instrumento estandarizado de medición psicolóxica deseñado para cuantificar a cantidade dunha variable que presenta unha persoa.
- d) *Escala.* Conxunto de valores numéricos que resultan do proceso de medición.

2.11.2 ¿Por que utilizar un cuestionario?

Esta pregunta está ligada a outra pregunta previa: ¿por que utilizar unha enquisa? O cuestionario é o instrumento de recollida de información na enquisa. As razóns que levan a utilización da enquisa son as que motivan a utilización do cuestionario.

Dun xeito abreviado podemos dicir que as vantaxes son as seguintes:

- Achega información estandarizada.
- Aforra tempo.
- Facilita a confidencialidade.

En canto as limitacións cabe mencionar:

- Responde a obxectivos descritivos.
- Superficialidade da información.
- Difícil elaboración.

Estas vantaxes e inconvenientes deben ser ponderados atendendo ao tipo de enquisa que sexa o cuestionario (telefónicas, cara a cara, etc.)

2.11.3 Esquema conceptual para orientar a elaboración do cuestionario

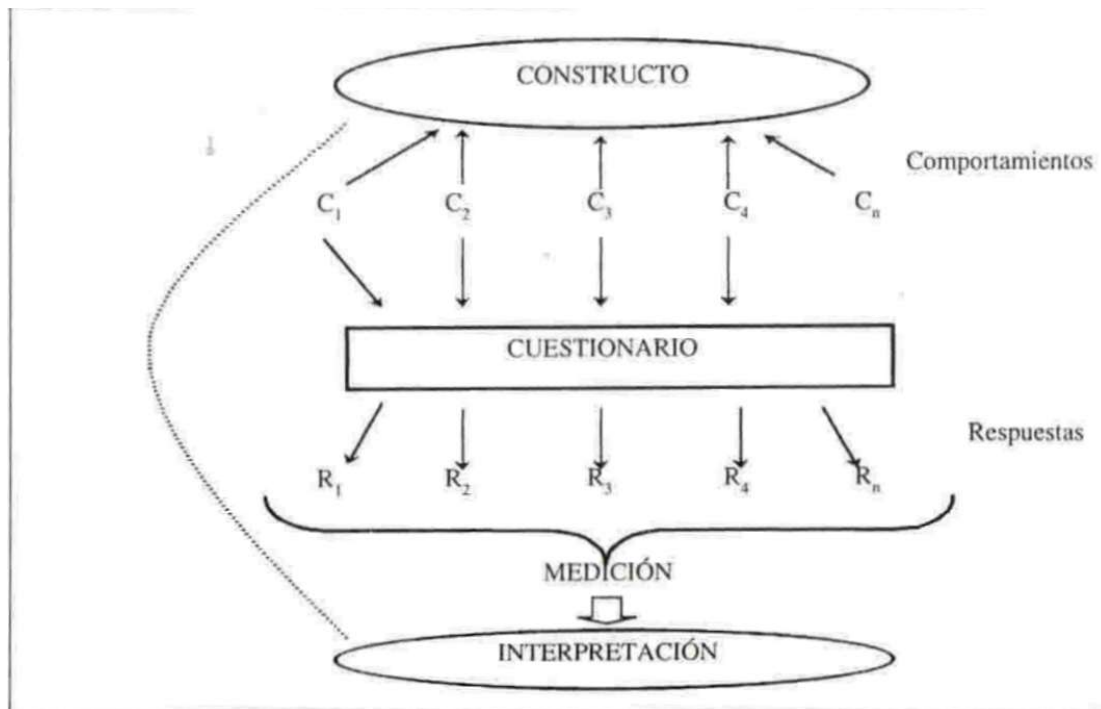
O cuestionario é un instrumento de medida. A maioría das enquisas perseguen cuantificar dun xeito ou doutro a información aportada polos enquisados. Cuantificar as respostas das persoas é medir as variables implicadas no obxectivo da enquisa.

Antes de chegar ás recomendacións sobre a redacción das preguntas, é necesario coñecer as ideas e conceptos sobre a medición que orientan a elaboración dun cuestionario.

2.11.4 As variables son construtos

A maioría das variables que se pretenden medir cos cuestionarios non se poden observar directamente. A diferenza das variables físicas, as variables psicolóxicas, sociais, educativas, etc. son elaboracións teóricas denominadas “construtos”.

O cuestionario mediante as súas preguntas ten como función “provocar” as respostas que servirán de indicadores do construto a medir. A figura seguinte reproduce esta argumentación.



En definitiva, o proceso consiste en “conectar” os indicadores empíricos cos conceptos teóricos. Sen embargo, atopan unha serie de problemas como: a) as preguntas sobre os feitos e os datos biográficos poden xerar respostas inválidas; b) non hai relación forte entre o que din os enquisados e o que fan; c) as crenzas, opinións e actitudes das persoas son inestables; d) pequenos cambios na redacción das preguntas poden producir cambios importantes nas respostas; e) os enquisados habitualmente interpretan mal as preguntas; etc.

Os problemas antes mencionados son críticas que se lle fan aos cuestionarios como “mediadores” entre as respostas e os construtos. As fontes de variacións indesexables chámanse “erros de medida”. O estudo dos erros de medida son responsabilidade de dúas áreas: a fiabilidade e a validez:

- *Fiabilidade*: A relación entre as respostas e os construtos pode resultar contaminada por fontes de variación que actúen sen un patrón sistemático. Resulta difícil predicir como estes factores poden influír nas respostas. Este criterio podería definirse así, dúas persoas co mesmo valor na variable deberían darnos a mesma resposta, por outra banda, un enquisado preguntado en dúas ocasións distintas debería darnos a mesma resposta, senón cambiou o seu valor na variable.
- *Validez*: O responsable da enquisa persegue atribuír diferenzas nas respostas dos enquisados só á variable que pretende medir. Durante a elaboración do cuestionario

non debemos “abrir a porta” a fontes sistemáticas, variables distintas ás que queremos medir, que adulteren a interpretación dos datos.

Ademais destas dúas fontes de erros de medida debemos ter en conta dous aspectos máis domésticos:

- Do que se pregunta é do que se responde.
- As respostas non nos interesan en si mesmas.

3. PASOS PARA A ELABORACIÓN DO CUESTIONARIO

A elaboración do cuestionario non comeza coa redacción das preguntas. Esta circunstancia é unha premisa fundamental para a elaboración dun cuestionario de calidade. Agora imos a analizar un a un cada un dos pasos para a súa elaboración.

3.1 Determinación precisa dos obxectivos

O primeiro paso para calquera cuestionario é describir con maior detalle posible o obxectivo ou obxectivos que se pretenden acadar. Os problemas poden aparecer cando o obxectivo da enquisa non está ben definido.

Os cuestionarios poden responder a tres obxectivos:

- Estimar magnitudes.
- Describir poboacións.
- Verificar hipóteses.

Unha vez determinados os obxectivos e enunciados con claridade e antes de pasar á planificación do cuestionario, os autores deben analizar a influencia de dous factores: o contexto da enquisa e os recursos dispoñibles, xa que estes poden condicionar o obxectivo da enquisa e polo tanto, o cuestionario.

As enquisas adminístranse nun contexto social, económico e cultural. As características deste contexto influirán (ou deberan influír) na redacción das preguntas. Sen dúbida, o elemento máis importante do contexto son as características dos propios enquisados. Fundamentalmente, o nivel de comprensión da linguaxe utilizada no cuestionario e o grao de coñecemento sobre o tema da enquisa.

Exemplo:

¿Que opina sobre as fluctuacións do produto interior bruto de España na última década?

Outro factor relevante do contexto é se as respostas son ou non anónimas (por exemplo: estudos sobre intención de voto). As respostas sobre preguntas comprometedoras dependerán fortemente das condicións en que se administre e responda a enquisa.

O número de preguntas incluídas na enquisa depende primeiro do que se necesite coñecer e de cantas preguntas sexan necesarias para obter un coñecemento axeitado das variables implicadas no obxectivo da enquisa. Sen embargo, tamén influirá o tempo para facer a enquisa, tempo que estará en función do tamaño da mostra, medios económicos, modelo de mostraxe, etc.

Outro factor, directamente relacionado cos recursos dispoñibles, é a elección e formación do enquisador. O enquisador ideal é aquel que fai as preguntas sempre do mesmo xeito. Desta forma o enquisador non se converterá en fonte de erro na enquisa.

3.2 Planificación do cuestionario

No momento do deseño o/os autor/es do cuestionario teñen que abordar dous aspectos: a) clarificar as declaracións sobre os obxectivos do cuestionario e b) identificar os indicadores necesarios para cada área de contido.

Para clarificar os obxectivos do cuestionario hai que detallar as áreas de contido e especificar os aspectos concretos de cada área.

O seguinte paso sería identificar os indicadores necesarios para cada área de contido. A redacción de preguntas é unha tarefa difícil e lenta. Senón dispoñemos dunha relación exhaustiva dos indicadores que debemos elaborar e/ou seleccionar, o máis probable é que nos centremos naqueles contidos máis doados de medir e descoidemos o resto.

Táboa. Exemplo de deseño dun cuestionario

Área de Contido: Profesorado		
VARIABLES	INDICADORES	TIPO
Idade	1	Pregunta aberta
Sexo	1	Pregunta pechada
Antigüidade	2	Preguntas pechadas
Formación para a materia	2	1 aberta e 1 pechada
Satisfacción co traballo	1	1 test tipo Likert

3.3 Elaboración e/ou selección das preguntas

Resulta moi difícil redactar unha serie de consellos para redactar preguntas fiables. A maioría veñen da experiencia doutros autores e a nosa propia na elaboración de cuestionarios. Estes consellos non garanten a redacción das preguntas axeitadas, pero son un bo punto de partida.

Hai moitos tipos de clasificacións de preguntas: segundo o tipo de resposta (abertas e pechadas), natureza da pregunta (factuais ou subxectivas), segundo a súa función no cuestionario (substantivas, filtro, control, consistencia, introdución, de amortecemento ou batería de preguntas) ou segundo a súa finalidade (directas ou indirectas). Nesta clase non podemos afondar en cada tipo de preguntas e imos centrarnos na clasificación segundo a natureza da pregunta.

3.3.1 Elaboración de preguntas factuais

A preguntas factuais están deseñadas para medir feitos ou sucesos que poderían ser medidos dun xeito obxectivo. Son aquelas preguntas nas que se podería coñecer a súa resposta por algún tipo de observación independente.

Para elaborar preguntas factuais pódense seguir as seguintes recomendacións, que en moito casos obvias pero que en moitas ocasións esquecemos:

- Formular preguntas relevantes á investigación.
- Facer preguntas breves, concretas e doadas de comprender.
- Evitar palabras que non teñan un significado uniforme para todas as persoas.
- Non utilizar preguntas que comporten unha reacción estereotipada.
- A pregunta debe realizarse dun xeito obxectivo.
- Non redactar preguntas en negativo.
- As preguntas non deben referirse a varias cuestións ao mesmo tempo.
- Evitar preguntas que obriguen a facer cálculos mentais ou recorrer con frecuencia á memoria.
- Redactar preguntas de forma persoal e directa.
- Non formular preguntas nas que unha das alternativas sexa tan desexable que dificilmente se poida rexeitar.
- Utilizar frases completas.
- Evitar abreviaturas.
- Evitar expresións coloquiais e tecnicismos.
- Utilizar preguntas que fosen utilizados con éxito noutras enquisas.

- Etc.

a) Preguntas abertas vs. Preguntas pechadas

Segundo o tipo de respostas estas pódense dividir en abertas e pechadas:

- 1) As preguntas pechadas son aquelas nas que as respostas foron previstas polo entrevistador e son ofrecidas ao entrevistado para que escolla a máis válida.
- 2) As preguntas abertas non ofrecen respostas ao enquisado e el é o que ten que responder coas súas propias verbas.

As preguntas abertas son útiles cando se queren obter respostas non previstas, non se dispoñen das posibles respostas ou cando as respostas son moi numerosas. Para realizar este tipo de preguntas, os enquisados deberían ter un nivel cultural medio-elevado e con coñecemento e opinión sobre o tema. Non obstante, as preguntas abertas teñen un problema que é a súa categorización posterior. Soen utilizarse nos estudos piloto para coñecer as posibles alternativas de resposta e posteriormente pechalas na aplicación final do cuestionario.

Por exemplo:

¿Cantas veces tiveches problemas para durmir no último mes?

Respostas: non demasiadas, sobre un 10%, moito menos que no mes anterior.

As preguntas pechadas son moito máis difíciles de escribir que as preguntas abertas xa que neste tipo de preguntas debemos de anticipar todas as posibles alternativas de resposta. Non obstante, algúns enquisados prefiren este tipo de preguntas por non estar dispostos ou non ser capaces de expresarse sobre o tema obxecto da enquisa. Por outra banda, as preguntas pechadas facilitan a categorización e análise das respostas.

Dentro das preguntas pechadas podemos atopar preguntas: dicotómicas (con dúas alternativas de resposta) e categóricas (con máis de dúas alternativas de resposta).

As categorías de resposta que se lles debe ofrecer deben ser:

- Exhaustivas (deben abarcar todas as posibilidades de resposta).
- Excluíntes.
- Non se deben realizar preguntas con moitas alternativas que fatiguen a elección entre as alternativas e/ou existan dificultades na súa memorización.

b) Preguntas chave ou filtro

As preguntas chave ou filtro son aquelas que en función da resposta dirixen a uns enquisados pero non a outros.

P.5 ¿Viviu fóra de Galicia?

Si.....1

Non.....2 (pase á pregunta 9)

Esporadicamente.....3 (pase á pregunta 9)

(Cuestionario do Mapa Sociolingüístico de Galicia 1992)

3.4 Medicións psicométricas das actitudes

Desde que Thomas e Znaniecki (1918) introduciu na psicoloxía social o termo da actitude, este termo foise convertendo nun termo da mesma e, trasladándose a outras disciplinas, foi desenvolvido por Allport (1954).

A maioría dos autores están de acordo en que as actitudes posúen tres compoñentes: o afectivo, o cognitivo e o condutual. Partindo desta circunstancia é lícito pensar que para medir axeitadamente as actitudes é necesario referirse aos tres sistemas, mentres que o normal é posuír instrumentos que miden un dos tres sistemas. Para o aspecto condutual hai escalas de observación, para o aspecto afectivo hai medidas psicofísicas, mentres que para o aspecto cognitivo os investigadores enfócanse cara á escalas psicométricas. Non obstante, non hai que esquecer que as escalas psicométricas poden medir os tres compoñentes da actitude, non só avaliar crenzas.

Os procedementos psicométricos utilizados para a medición de actitudes poden englobarse en:

- Procedemento escalares.
- Utilización de adxectivos.

3.4.1 Procedementos escalares

Dentro dos procedementos escalares atópanse: escalas tipo Thurstone, escalas tipo Likert, escala tipo Guttman e escala tipo Edwards y Kilpatrick. Aquí, por problemas de espazo e tempo, soamente nos imos a deter no máis utilizado, a escala tipo Likert.

O suposto desta escala consiste en que ante un reactivo (ítem) un suxeito pode expresar a súa actitude, sempre que o reactivo sexa extremo (moi a favor ou moi en contra) e que o suxeito posúa unha escala para graduar a súa resposta (desde moi acordo ata moi en desacordo). A escala tipo Likert pode ter desde 5 ata 7 puntos; non é recomendable unha

escala de máis de 7 puntos pola dificultade de contestar para o suxeito. Incluso hai estudos que utilizan escalas de reactivo onde non existe punto medio.

Para escribir ítems hai unha serie de recomendacións: cada ítem debe expresar unha idea, utilizar ítems redactados de forma favorable ou desfavorable á actitude a medir, evitar coloquialismos, expresións ou xergas; axeitar a estrutura gramatical ás características das persoas que responderán o test e evitar redaccións negativas.

Gústame oír o español falado.....	TA	A	NAN	D	D	D	TD
Non merece a pena aprender español.....	TA	A	NAN	D	D	D	TD

(Extracto do cuestionario de Actitudes cara as tres linguas en contacto (no prelo))

3.4.2 Procedementos mediante a utilización de adxectivos

As técnicas escalares tiveron e teñen moita importancia dentro da medición das actitudes. Estas non foron as únicas, xa que tamén se empregaron técnicas con adxectivos: a técnica do *diferencial semántico* e a *lista de adxectivos*.

Aquí falaremos unicamente do *diferencial semántico*. Esta é unha técnica creada e desenvolvida por Osgood (1957), que permite medir as reaccións das persoas a palabras e conceptos estímulo, en termos de escalas bipolares definidas por adxectivos antónimos.

No espazo comprendido entre cada par de adxectivos, marque cun “X” o lugar que mellor describe a súa opinión sobre o FUNCIONAMENTO DO EQUIPO DE NORMALIZACIÓN DO CONCELLO...

Necesario	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	Innecesario
Ineficaz	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	Eficaz
Valioso	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	Insignificante
Complicado	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	:	---	Simple

(Extracto de Diferencial Semántico realizado para o curso)

3.5. *Análise da calidade das preguntas*

Unha vez elaborado o instrumento non remata aquí o traballo de pulido do cuestionario. Hai varias técnicas para analizar a calidade das preguntas.

3.5.1 *Análise por grupo de expertos*

O autor/es do cuestionario pode acudir a persoas familiarizadas coa elaboración de cuestionarios ou familiarizadas co tema obxecto da investigación. Para sacar máis partido a esta tarefa é recomendable “guiala”. Os traballos sobre o tema agrupan as cuestións que se deben revisar nos apartados seguintes:

- *Contido*
 - a) ¿É necesaria esta pregunta?
 - b) ¿Son necesarias máis preguntas sobre esta cuestión?
 - c) ¿É necesario concretar máis esta pregunta?
- *Redacción*
 - a) ¿Poderíase expresar dun xeito máis claro? ¿Como?
 - b) ¿Podes ter varias interpretacións?
 - c) ¿Presenta algún nesgo ou prexuízo?
 - d) ¿As alternativas son exhaustivas?
 - e) ¿Solápanse as alternativas de resposta?
- *Localización*
 - a) ¿Está situada no lugar axeitado?
 - b) ¿Pode influír as preguntas precedentes?

3.5.2 *Aplicación a un grupo piloto*

O procedemento anterior ten un carácter subxectivo pero é moi importante acudir a algún procedemento empírico para analizar o instrumento. O procedemento empírico consiste na aplicación do cuestionario a un grupo de persoas pertencentes á poboación obxecto de estudo. A cantidade de persoas para aplicar o cuestionario non debe ser numeroso, unicamente debe ser suficientemente o numero para asegurarse a estabilidade dos estatísticos.

Os procedementos estatísticos para analizar a fiabilidade e validez dos cuestionarios son múltiples: aplicación test-retest, análise das dúas metades, alpha de Cronbach, análise factorial, guttman, etc.

As análises máis sinxelas son as referidas a:

- a. Proporción de elección da alternativa “Non sabe/Non contesta” Se o valor é moi alto hai que revisar a pregunta.
- b. Proporción de elección de alternativas. Pode haber algún problema naquelas preguntas con alternativas pouco elixidas ou cunha alternativa maioritariamente elixida.

3.6 Orde e disposición das preguntas do cuestionario

A disposición das preguntas debe dar unha sensación de facilidade e pouco consumo de tempo. A primeira pregunta debe ser doada e xeral para implicar o enquisado. Deben evitarse preguntas con moitas alternativas. A localización do resto das preguntas debe seguir pautas como:

- a. Os aspectos previsiblemente máis importantes para enquisado deben ir ao principio.
- b. As preguntas de contido semellante deben estar agrupadas.
- c. Dentro de cada área temática as preguntas deben ir das menos ás máis comprometidas.
- d. As preguntas relativas a variables demográficas deben ir ao final.

4. TRATAMENTO DOS DATOS

O tratamento de datos é o proceso que percorren os datos desde a etapa de recollida ata o momento que se obteñen os resultados das análises estatísticas, é dicir, xusto antes da elaboración das conclusións. A fase de análise de datos é a etapa onde os datos xa depurados e codificados se analizan numericamente e graficamente.

4.1. Codificación dos datos

O tratamento dos datos comeza no momento en que temos os datos en bruto das enquisas, é dicir, no momento en que temos as respostas de todas as persoas que foron enquisadas. Os datos que temos están en forma de follas de respostas, formularios, cuestionarios, etc.

Neste momento comeza a fase da codificación que consiste en levar a cabo a transformación das respostas dos suxeitos en códigos de datos que poidan ser operativos.

Para facer o traslado hai que ter en conta que os datos que temos poden vir de preguntas abertas ou pechadas, polo tanto, as respostas poden ser: alfanuméricas ou literais e variables numéricas.

En xeral, o proceso de codificación consiste en:

- Nomear as variables que medimos nos suxeitos.
- Asignarlle códigos aos distintos valores das variables.
- Asignarlle un código específico aos valores ausentes.
- Construír a matriz de datos.
- Gravalas en soporte magnético.

4.2. Análise estatística dos datos

Unha vez que temos a matriz de datos en soporte magnético e unha vez decidido o paquete estatístico que se considere oportuno, soamente resta poñerse mans á obra para facer as análises estatísticas que se consideren convenientes.

Dentro das análises estatísticas hai moitas, e non hai análises específicas para datos procedentes das enquisas. A utilización de estatísticos univariantes, bivariantes ou multivariantes son:

- O tipo de enquisa que pretendemos realizar e número de variables implicadas.
- O nivel de medida dos datos.

Non podemos neste curso afondar nas técnicas estatísticas que se poden utilizar, posto que iso sería motivo dun curso por si mesmo. Na táboa seguinte clasificamos as técnicas estatísticas. A clasificación non é unha das moitas que poden ser (“son todos os que están pero non están todos os que son”).

PANORAMA XERAL DAS DIFERENTES TÉCNICAS ESTATÍSTICAS

1. CLASIFICADAS EN FUNCIÓN DA DEPENDENCIA E DA ESCALA DE MEDIDA DAS VARIABLES INTERVENIENTES

TÉCNICAS DE INTERDEPENDENCIA		Variables categorías (Nominais ou ordinais)		Variables métricas (Intervalo o razón)	
		1 Vb.	2 ou máis Vb.	1 Vb.	2 ou máis Vb.
Non hai variables dependentes nin independentes		Estatísticos descritivos: Mo, $\sigma^2_{\text{binomial}}$ (nominal) Md, RI (ordinal) Contraste χ^2 de bondade de axuste	Análises de Táboas de Continxencia: χ^2 ; ϕ , v , γ Modelos Log-lineais Correlacións ρ y τ (ordinal) Análises de Correspondencias Escalamiento Multidimensional Análises de Conglomerados	Estatísticos descritivos: $\bar{x}$, σ_x (intervalo) $\bar{x}_{\text{geom.}}$, CV. (razón) Contraste t dunha mostra	Correlación r de Pearson Análises Factorial Escalamiento Multidimensional Análises de Conglomerados Redes Neurais Modelado de Mesturas Finitas

TÉCNICAS DE DEPENDENCIA		Variables independentes			
		Categorías		Métricas	
		1 VI	2 ou máis VI	1 VI	2 ou máis VI
Variables dependentes	Categoría	1 VD	Contrastes non paramétricos Regresión Loxística con variables fícticias	Análises de Clases Latentes Regresión Loxística con variables fícticias	Análises Discriminantes Múltiples Regresión Loxística
		2 ou máis VD	Correlación Canónica	Correlación Canónica Mod. Ecuacións Estruturais	Correlación Canónica Mod. Ecuacións Estruturais
	Métrica	1 VD	Contraste t ANOVA unifactorial	ANOVA multifactorial Regresión con variables fícticias	Regresión Simple Regresión Múltiple
		2 ou máis VD	T ² de Hotelling MANOVA	MANOVA Mod. Ecuacións Estruturais	Correlación Canónica Análises de Traxectorias Mod. Ecuacións Estruturais

Fonte: Picón (2003)

5. LIBROS DE CONSULTA

- Bosch, J.L. e Torenté, D. (1993) *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Clemente Díaz, M. (coord.) (1992) *Psicología Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. Madrid: Eudema, S.A.
- Rodríguez Osuna, J. (1991) *Métodos de muestreo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rojas Tejada, A.; Fernández Prados, J.; Pérez Meléndez, C. (1998) *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis Psicología

6. BIBLIOGRAFÍA

- Allport, G.W. (1954) *The Nature of Prejudice*. Reading: Addison Wesley.
- Arias Astray, A.; Fernández Ramírez, B. (1998) “La encuesta como técnica de investigación” en A.J. Rojas Tejada, J.S. Fernández Prados e C. Pérez Meléndez; *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis.
- Bosch, J.L. e Torenté, D. (1993) *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Clemente Díaz, M. (coord.) (1992) *Psicología Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. Madrid: Eudema, S.A.
- Fowler, F.J. (1993) *Survey Research Methods*. Newbury Park
- Manzano, V. (1998) “Selección de muestras” en A.J. Rojas Tejada, J.S. Fernández Prados e C. Pérez Meléndez; *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis.
- Picón Prado, E. (2003) *Métodos de segmentación conjunta, una comparación conceptual y empírica*. Santiago de Compostela: Tesis doutoral (inédita).
- Ramallo, F. e Lorenzo, A. (2002) “A enquisa na investigación sociolingüística” *Estudios de Sociolingüística* 3 (1).
- Rodríguez Osuna, J. (1991) *Métodos de muestreo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Rojas Tejada, A.; Fernández Prados, J.; Pérez Meléndez, C. (1998) *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos*. Madrid: Síntesis Psicología
- Thomas, W.I. e Znaniecki, F. (1918) *The Polish Peseant in Europe and America*. Boston: Badger.