

## TEMA 2. METODOLOGÍA SOCIOLÓGICA.

### **Cómo se diseñan los cuestionarios.**

- Importante **“buscar” no solo el dato cuantitativo, sino también las motivaciones** que lo justifican. (pág. 28)
- Cuidar el **lenguaje**, el **tono** al preguntar, el **espacio en que se realiza la encuesta** y el **tiempo** (la duración) (págs. 28 y 29). Y garantizar el anonimato del encuestado.
- **Cuestionario bien limpio** para facilitar la tarea del entrevistador. (pág. 29. Importante: último párrafo)
- Evitar en lo posible la opción de respuesta **“no sabe”** o **“no contesta”** en los cuestionarios (pág. 30.)
- **Abanico de posibilidades en las respuestas “completo y cerrado”** (pág. 31)
- **Lenguaje comprensible para la mayoría de las personas** (págs. 33-34)
- **Subrayado de palabras “clave” y/o verbos** de la pregunta (pág. 34)
- Importante hacer una **introducción** al cuestionario para situar a la persona. (pág. 37)
- Solo preguntar por aquellas cuestiones que nos interesan saber y que nos den información acerca de lo que nos interesa para el tema que vamos a estudiar, no por otros temas que no están directamente relacionados con nuestro estudio, o que no aportan datos relevantes. (pág. 37)
- Además de recopilar datos sobre comportamientos, a través de las preguntas, debemos ir a **buscar las razones, las causas, los motivos** –los “cómo”, “por qué”, “para qué”.- (pág. 40. Último párrafo)
- **Las preguntas más difíciles: importante la formulación de la pregunta** (pág. 43) – Conectar con lo dicho en la p. 51. Y también con el cuadro 4.11 de la página 46-
- Importante situar el tiempo al que se refiere la pregunta: pasado, presente o futuro (pasado lejano...) (pág. 46)
- **Utilización del “se” reflexivo para preguntas “delicadas o comprometedoras”** sobre el propio entrevistado. No orientar la pregunta refiriéndonos directamente al propio encuestado, sino plantearla de un modo impersonal. (pág. 51)
- Decálogo de posibles errores en las preguntas del cuestionario (cuadro página 56)