

Groves, R.M.; Fowler, F.J.; Couper, M.P.; Lepkowski, J.M.; Singer, E. y Tourangeau, R. (2009). *Survey Methodology*. Nueva York: Wiley.

Resulta sorprendente lo escasamente citado que ha sido este libro en las investigaciones españolas, pese a que ha sido escrito por los mejores autores mundiales en la materia. Este motivo, unido a la aparición de una segunda edición – que supone en algunos capítulos una modificación por completo– consideramos que justifica la realización de esta reseña.

Los autores son notablemente conocidos entre los seguidores de la investigación norteamericana en encuestas, atesorando entre todos ellos una gran experiencia en todos los aspectos relacionados con la encuesta. La redacción de cuestionarios (F.J. Fowler), la aplicación de la psicología cognitiva a la investigación con encuesta (R. Tourangeau), la no respuesta total (R. Groves, M. Couper y E. Singer), los cambios en los modos de recogida de información (M. Couper y J.M. Lepkowski), así como los planteamientos éticos de la investigación social (E. Singer) son los campos de especialización de cada uno de estos autores; si bien la mayor parte de ellos ha trabajado también en otras temáticas.

El libro, un exhaustivo trabajo de 423 páginas está dividido en 12 capítulos. En el primero se realiza una introducción a la metodología mediante encuesta, donde la historia de la disciplina viene acompañada con ejemplos de las investigaciones más importantes que se realizan actualmente. Aunque se trata de ejemplos extraídos de la realidad norteamericana, son investigaciones realizadas también en la mayor parte de los países: encuestas sobre criminalización, encuestas para la medición de la actividad (EPA), encuestas de consumidores (Índice de Sentimiento y Confianza del consumidor), etc.

El segundo capítulo se ocupa de la inferencia y los errores en encuestas, un aspecto muy trabajado actualmente y ampliamente desarrollado por Robert M. Groves¹. Se trata de un capítulo que *introduce* al lector en los aspectos del muestreo, más desarrollado en los dos siguientes capítulos dedicados a la definición del universo y la selección muestral. La definición del universo es un aspecto *esencial* en el planteamiento de una investigación en la medida que delimita la población a la que serán generalizados los resultados obtenidos. El capítulo tercero del libro se dedica a este aspecto, realizando una exhaustiva exposición de los problemas de cobertura en los distintos diseños muestrales, al tiempo que se proponen diversas estrategias para reducir los elementos *no cubiertos* en los marcos muestrales.

A continuación, en el cuarto capítulo, se aborda el tema del diseño muestral y del error muestral, presentando diferentes diseños muestrales y especificando las ventajas e inconvenientes de cada uno. El capítulo cinco se dedica a exponer las ventajas e inconvenientes de los diferentes modos/procedimientos de recogida de información, para analizar posteriormente las implicaciones de éstos en la respuesta total: tipos de no respuesta, importancia de la no respuesta, cálculo de las tasas, etc.

¹ De hecho, su libro *Survey Error and Survey Cost* acaba de ser declarado por la AAPOR como uno de los libros con más influencia en los últimos 50 años

son aspectos que se tratan en este sexto capítulo, que ha sido totalmente renovado desde la primera edición del libro.

Finalizada la recogida de información, dos capítulos dedicados al instrumento de recogida, al cuestionario. En el séptimo se aborda la redacción del cuestionario, explicando pormenorizadamente los avances que ha supuesto la incorporación de la psicología cognitiva a la materia. Seguidamente se presta atención a los problemas presentes a la hora de responder preguntas (efecto memoria, efectos primera y última opción, etc.), finalizando con una guía para elaborar buenas preguntas.

Este capítulo es complementado con el siguiente, dedicado a la evaluación de cuestionarios, donde se lleva a cabo una síntesis de los últimos métodos empleados para el pilotaje de cuestionarios: pretest de campo, estrategia de detección de los problemas de interacción en el transcurso de la entrevista, grupos de discusión, revisión por expertos, entrevistas cognitivas, segundas entrevistas a los entrevistados, y experimentos aleatorizados de campo.

Una vez construido y depurado el cuestionario se vuelve a la recogida de información en el capítulo 9, dedicado al proceso de entrevista en la investigación con encuesta; al trabajo de campo. Se trata de uno de los aspectos menos abordados en la investigación con encuestas, y se agradece que los autores le dediquen a este tema más de 30 páginas, siendo el capítulo más largo de todo el libro.

En el décimo capítulo se presentan lo que los autores definen como “ajustes tras la recogida de la información” (postcollection processing of survey data), donde se incluyen todos los aspectos que deben ser considerados tras el trabajo de campo: codificación, grabación de la información, edición, ponderación, imputación de valores perdidos, ponderación para mitigar la no respuesta total, etc. El libro finaliza con un capítulo dedicado a la ética en la investigación social y unas páginas dedicadas a “preguntas esenciales” sobre metodología de encuestas.

Además de la exhaustividad de los temas abordados, es importante señalar que cada capítulo termina con una definición de *términos claves* y una serie de lecturas recomendadas para ampliar la información abordada en cada capítulo. En el lado de las críticas, considero que hubiera sido interesante especificar en el título que se centra fundamentalmente en la recogida de información, dejando totalmente de lado el análisis. Esto, probablemente, hubiera servido para aumentar la difusión del libro en la medida que la recogida ha sido, hasta el momento, menos trabajada que el análisis. Con todo, y pese a esta crítica, se trata de un libro excelente e imprescindible para los investigadores sobre la encuesta.

Vidal Díaz de Rada
Center for Survey Research
University of Massachusetts Boston