

ñolas —como Cataluña y Euskadi— el sistema comunicativo, y también el sistema político, es muy diferente a los sistemas que se han configurado en la capital del Estado, que, por cierto, tiene unas características muy singulares.

Jordi BUSQUET

**James M. Lepkowski,
Clyde Tucker, J. Michael Brick,
Edith D. de Leeuw, Lilli Japac,
Paul J. Lavrakas, Michael W. Link
y Roberta L. Sangster (eds.)**

**Advances in Telephone Survey
Methodology**

(Nueva York, Wiley, 2008)

En este libro se recogen parte de las ponencias presentadas en el *Segundo Encuentro Internacional sobre Encuestas Telefónicas* (International Conference on Telephone Survey Methodology), que tuvo lugar en Miami en enero del año 2006; y supone una *actualización* del clásico —y muy citado— texto *Telephone Survey Methodology* (Groves y otros, 1988), resultado del *Primer Encuentro Internacional sobre Encuestas Telefónicas* (celebrado en Carolina del Norte en el año 1987).

Varios son los motivos para la realización de una reseña de este trabajo: en primer lugar, la creciente utilización de encuestas telefónicas, en perjuicio de las realizadas cara a cara y por correo. En segundo lugar, los cambios sociales y tecnológicos relacionados con el telé-

fono en la última década. Como tercer motivo, la *emergencia* de nuevos procedimientos de recogida de información originados por la aplicación de las nuevas tecnologías al proceso de entrevista.

Se ampliarán cada uno de éstos con el fin de mostrar la enorme trascendencia del libro. Respecto a la gran utilización de las encuestas telefónicas (primero de los motivos señalados en el párrafo anterior), Kalton señalaba —en un artículo sobre los *futuros desarrollos* de la investigación social— que la mayor parte de las encuestas encargadas por el gobierno de Estados Unidos eran realizadas por teléfono (Kalton, 2000: 5); situación que se ha acrecentado cinco años más tarde (Tourangeau, 2004: 776). En España, la investigación anual de AEDEMO y ANEIMO sobre «la industria española de investigación de mercados y opinión pública» presenta un desarrollo y utilización de la encuesta telefónica más tardíos, puesto que durante todo el siglo xx la encuesta presencial ha sido la más utilizada, si bien con un ligero descenso desde 1993 (Díaz de Rada y Ayerdi, 2007: 155). Esta investigación sitúa el cambio de tendencia en los primeros años del siglo xxi: en el año 2002 la mitad de las encuestas realizadas en España utilizaron el teléfono, mientras que una de cada tres fue realizada en presencia del entrevistador. Estos datos, que suponen el *promedio* de todas las investigaciones realizadas, ocultan una parte de la realidad en la medida en que, en determinados ámbitos y temáticas, la TOTALIDAD de las encuestas se realizan a través del teléfono. Así sucede, por ejemplo, en las encuestas preelectorales encargadas por los medios de comunicación.

La exposición de los motivos realizada dos párrafos más arriba sobre los *cambios tecnológicos* relacionados con el teléfono (segundo motivo) estaba referida al gran desarrollo y expansión de la telefonía móvil y su papel de sustitución de la fija, así como a los importantes cambios en el proceso de asignación de números de teléfonos por áreas geográficas (que supone importantes cambios en el empleo de sistemas de numeración aleatoria). Se han producido también notables *cambios sociales* generados por el menor tiempo que las personas pasan en el hogar, lo que dificulta la posibilidad de *contactar* y entrevistar. Este menor tiempo en el hogar está originado por el alargamiento de las jornadas laborales, el aumento en el número de miembros del hogar que trabajan fuera, incremento de hogares unipersonales, descenso en el tamaño de los hogares, etc. (Tucker y Lepkowski, 2008: 11). A esta situación hay que añadir una mayor preocupación de la población por la privacidad y la sensación de la escasa confidencialidad de los datos personales, debido —entre otros motivos— a la gran utilización del teléfono para actividades de *telemarketing* y ventas. Todo esto ha generado, por un lado, un notable incremento de los números telefónicos no listados y —por otro— un gran descenso en la cooperación en las encuestas, tanto por rechazo como por no localización.

El tercer motivo se refiere al gran número de procedimientos de recogida de información surgidos por la aplicación de las nuevas tecnologías al proceso de entrevista. Las *tradicionales* encuestas presenciales, telefónicas y postales están siendo desplazadas por una extensa gama de *nuevos procedimientos* caracterizados por la *automatización* de la entrevista (TDE-*Touchtone Data Entry*, VR-*Voice Recognition*, ASR-*Automatic Speech Recognition*, *Voice over Internet Protocol*-VoIP) y la reducción de tareas en el proceso de recogida de información (*Computer Assisted Personal Interview-CAPI*, *Computer Assisted Telephone Interview-CATI*, *Computer Assisted Self Interviewing-CASI*¹ y *Computer Assisted Web Interviewing-CAWI*). La rápida implantación de estas innovaciones, junto con su desarrollo en diversas áreas geográficas, han impedido consensuar una terminología común, empleando para su conceptualización diversos términos como CADAC (*Computer Assisted Data Collection*), CASIC (*Computer Assisted Survey Information Collection*) y CAI (*Computer Assisted Interviewing*). En España, según la estimación realizada por AEDEMO y ANEIMO antes aludida, un 23% de las encuestas realizadas en el año 2005 utilizaron alguno de estos *nuevos procedimientos*², aumentando hasta el 32% dos años más tarde (Rodríguez Esteban, 2008: 9).

¹ *Computer assisted selfinterviewing interviewer present* (CASI-IP), *question text on screen: visual* (CASI-V) y *question text on screen and on audio* (CASI-A).

² En el año 2005, el 10% se refiere a estudios *on-line* y el 13% a «otros»; cifras que en el año 2007 son de 14 y 18%, respectivamente (con crecimientos anuales del 24 y del 23%).

El empleo de tanto espacio para la justificación de esta reseña está motivado porque todos estos temas son ampliamente tratados en el libro objeto de la misma. El texto, un voluminoso trabajo de casi 700 páginas, está dividido en cinco partes que comprenden la *secuencia* de las distintas actividades que forman parte del proceso de *recogida de información* en la investigación con encuestas. Tras un capítulo introductorio donde se presentan la situación actual de las encuestas telefónicas —en relación a la conferencia anterior— y los futuros desafíos, la segunda parte centra su atención en el muestreo. La tercera se ocupa específicamente del proceso de recogida de la información, en la cuarta se presentan una serie de operaciones (concretas) a utilizar en el desarrollo de encuestas telefónicas y, en la última, el tratamiento de la no respuesta. De esta *visión panorámica* se desprende que el libro se centra especifi-

camente en la recogida de información, si bien *supera* ampliamente las encuestas telefónicas en la medida que éstas son comparadas con encuestas presenciales CAPI, encuestas web, etc. En los siguientes párrafos se presentan de forma sintética los contenidos de cada parte:

— Segunda parte: *muestreo y estimación*. Comienza con un capítulo donde se presentan varias estrategias de muestreo y ponderación en las encuestas telefónicas a hogares³. En el siguiente capítulo se muestra un pormenorizado análisis de la cobertura telefónica en los Estados Unidos, dedicando un gran espacio a la telefonía móvil⁴. En el cuarto capítulo se aborda la enorme influencia de la telefonía móvil a nivel internacional⁵, mostrando la situación en 26 países y detallando los diferentes sistemas de organización de las líneas telefónicas móviles⁶. En el quinto capítulo se presentan estrategias

³ Resulta sorprendente la gran cantidad de trabajos sobre este tema en la investigación realizada en otros contextos, que contrasta con los muestreos más habituales en nuestro país basados —la mayor parte— en el uso de listados telefónicos.

⁴ En el segundo semestre del año 2005, un 8,4% de la población estadounidense disponía únicamente de teléfono móvil en su hogar (p. 63), cifra que se ha doblado en los dos últimos años (p. 62). En estas mismas fechas, el porcentaje de hogares que disponen únicamente de teléfono móvil en España llega al 13,4% (INE, 2006), aumentando un 4,6% hasta el año 2008.

⁵ Un indicador de la importancia de este fenómeno es la publicación de un número monográfico de la revista *Public Opinion Quarterly* sobre encuestas telefónicas a móviles (vol. 71, n.º 5).

⁶ Pese a que un 99,2% de hogares españoles cuentan con teléfono en el año 2008 (INE, 2009), convivimos con otra realidad puesto que un 18% de hogares únicamente disponen de teléfonos móviles (INE, 2009), situación que en determinadas zonas afecta a uno de cada cuatro hogares. Así ocurre en Murcia (29,0%), Melilla (27,3%), Ceuta (27,0%), Extremadura (26,2%), Andalucía (24,7%), Comunidad Valenciana (23,9%) y Castilla-La Mancha (23,7%). La importancia de este tema, para el caso que nos ocupa, es que se trata de personas que no pueden ser entrevistadas con teléfonos fijos al haber sido *reemplazados* por teléfonos móviles.

Lo más importante, como se señala en el tercer y el cuarto capítulos del libro objeto de esta reseña, son las grandes diferencias existentes en los colectivos que disponen de cada uno. Las personas que disponen de teléfonos móviles son más jóvenes que el promedio de la población, tienen situaciones laborales inestables o en periodo de transición, hay un mayor número de solteros y divorciados, mayor porcentaje de población activa, menor equipamiento de la vivienda, menor porcentaje de vivienda en propiedad, etc., un perfil muy similar al localizado en nuestro país (entre otros, Pasadas del Amo *et al.*, 2004, 2006; Peleteiro y Gabardo, 2006).

para la selección de subpoblaciones con encuestas telefónicas. A continuación, dos capítulos caracterizados por la utilización de varias fuentes para la elaboración del marco muestral: en el sexto se presta atención a la cobertura, no respuesta y el error de medida de una encuesta a teléfonos móviles, mientras que el siguiente (cap. 7) teoriza sobre los errores producidos en los *modos mixtos* (combinación de procedimientos) que —lógicamente— utilizan información de varios marcos muestrales. El empleo de múltiples modos de recogida de información se plantea actualmente como una de las mejores estrategias para aumentar la calidad de la medición con encuestas (De Leeuw *et al.*, 2008). Ahora bien, en caso de no haber conseguido una buena muestra, siempre queda el recurso de la ponderación, recurso que se aborda con profundidad en el capítulo que pone fin a esta primera parte.

— Tercera parte: *colección de datos*. Formado por tres capítulos dedicados específicamente al proceso de recogida con encuestas telefónicas: el capítulo 9 se centra en el entrevistador como protagonista del proceso de entrevista; el siguiente (cap. 10), en la detección de pistas para facilitar la conversación telefónica, y el capítulo 11 está dedicado a la traducción en encuestas telefónicas, un tema de máxima importancia si tenemos en cuenta la gran heterogeneidad lingüística en la sociedad norteamericana. Dentro de esta tercera parte —dedicada a la colección de datos— aparecen seguidamente otros tres capítulos donde se comparan las respuestas conseguidas por una encuesta telefónica con una encuesta web (cap. 12), la utilización de diferentes diseños de preguntas en la realización de un cuestionario que será

aplicado mediante un sistema CATI (cap. 13), y el último, donde se comparan los resultados logrados con una encuesta CAPI y una CATI (cap. 14).

— Cuarta parte: *operaciones concretas* a utilizar en el desarrollo de encuestas telefónicas. Aquí se tratan aspectos como el establecimiento y organización de un centro CATI (cap. 15), seguido de una síntesis de las ventajas que ha supuesto el CATI en la realización de encuestas telefónicas (cap. 16). A continuación se presentan las mejoras experimentadas en la medición tras instruir adecuadamente a los encuestadores (cap. 17), el impacto de la voz del entrevistador en el proceso de participación (cap. 18), la monitorización de las entrevistas telefónicas como una forma de aumentar la estandarización de la entrevista (cap. 19) y, por último, el impacto de nuevas tecnologías como son los teléfonos móviles y el sistema *Voice over Internet Protocol-VoIP* (cap. 20).

— Quinta parte: *no respuesta*; situada al final, como si éste fuera el momento de solventar los aspectos no cubiertos anteriormente. Se considera la importancia de la privacidad y la confidencialidad en el proceso de cooperación (cap. 21), la eficacia —y los efectos— de la utilización de incentivos monetarios en encuestas telefónicas (cap. 22), los cambios producidos en la no respuesta entre 1995 y 2004 utilizando varias encuestas (caps. 23 y 24), el sesgo producido por la no respuesta en encuestas telefónicas con sistemas de números aleatorios (cap. 25), y —para terminar— un capítulo donde se analiza hasta qué punto es posible considerar y modelizar los efectos de los colaboradores tempranos en encuestas telefónicas

(cap. 26). Considerando que los que responden tempranamente a una encuesta telefónica difieren de los que responden más tarde, se trata de elaborar modelos para ajustar las respuestas de estos últimos. Es una línea de investigación muy utilizada en encuestas postales, donde algunos modelos proponen que los que cooperan tras el último estímulo son similares a los que no responden (entre otros, Stinchcombe, 1981). Una aplicación de este modelo a una encuesta postal realizada en nuestro país se realiza en Díaz de Rada (2005).

Finalizada la exposición de contenidos del libro, unas breves notas sobre su valoración destacando, en primer lugar, que se trata de un trabajo enormemente exhaustivo. El texto refleja con gran exactitud los «efectos» provocados por el procedimiento de investigación empleado en la recogida de la información de una encuesta, lo que induce a pensar con detalle el procedimiento utilizado. Se trata de una idea que se repite constantemente a lo largo de todo el libro y le lleva al lector a reflexionar —durante su lectura— en las consecuencias del empleo de un determinado procedimiento en sus investigaciones. Por este motivo puede considerarse este libro como *excelente*.

Pese a esta *excelencia*, es importante resaltar que NO es un libro recomendable para investigadores sin una notable experiencia, en la medida en que se centra en aspectos específicos de una parte del proceso de investigación⁷. Ahora

bien, se trata —por otro lado— de un excelente trabajo para investigadores deseosos de reflexionar sobre las bondades y defectos de la encuesta, por la gran cantidad de ejemplos donde se muestra que el procedimiento utilizado produce *cambios* en las respuestas al cuestionario.

Otro aspecto —no menos importante— es que se trata de un libro perfectamente interrelacionado, donde los capítulos se ensamblan como un *puzzle* en el que todas las piezas encajan a la perfección. Me estoy refiriendo concretamente a la ausencia de contenidos duplicados, y a la referencia a otras partes del libro cuando se nombran temas que son abordados de forma más exhaustiva en otros capítulos. Por señalar sólo un caso de los muchos existentes: el capítulo sobre cobertura telefónica en los Estados Unidos (cap. 3) hace varias referencias al desarrollo de la telefonía móvil a nivel internacional, «situación de partida» para el capítulo donde se trata de forma monográfica este aspecto (cap. 4). No hay repetición de conceptos, sino que los *temas comunes* son perfectamente integrados, de modo que un capítulo monográfico «adopta» los comentarios genéricos realizados anteriormente como «situación de partida». No es habitual encontrar tal grado de interrelación en libros realizados por varios autores, y suponemos que no ha sido sencillo en este caso al contar con ¡77 autores! Se trata de un motivo que precisa de una felicitación por la dificultad de coordinar un grupo tan numeroso.

⁷ Son 683 páginas centradas monográficamente en el proceso de recogida de información; lo que precisa que el lector esté muy motivado sobre el tema, y que tenga muy clara la situación de esta etapa en el contexto de la investigación.

Uno de los objetivos de las reseñas es localizar y especificar los inconvenientes del texto, aun cuando sea difícil su localización. En este caso el texto presenta dos inconvenientes. En primer lugar, la *actualización* de las innovaciones e investigaciones presentadas, cuyos textos fueron revisados en el otoño del año 2006 y no fueron publicados hasta el año 2008. El tiempo transcurrido entre ambas fechas plantea dudas sobre la validez de algunos de los aspectos planteados, fundamentalmente los más relacionados con las nuevas tecnologías (por ejemplo, el impacto y el perfil de los usuarios de la telefonía móvil, la cobertura de *Voice over Internet Protocol-VoIP*, etc.). No cabe duda de que los trabajos escritos a mediados del año 2006 (con datos recogidos tiempo antes) pueden tener poco que ver con la situación a mediados del año 2009, momento en el que se está realizando esta reseña. Ahora bien, se trata, desgraciadamente, de una situación habitual en las publicaciones académicas.

Como segundo inconveniente cabe señalar que el texto está demasiado centrado en la situación particular de un país, Estados Unidos, sin duda consecuencia de que la Conferencia que originó el libro se realizó en ese país y asistieron muy pocos investigadores de otros contextos. Aunque hay algunas referencias a la situación en otras áreas geográficas en determinados temas⁸, no hay capítulos específicos sobre las particularidades de las encuestas telefónicas en otros países, algo que sí aparecía

en el texto anterior editado por Groves (1988): capítulos de Trewin y Lee, sobre la cobertura telefónica a nivel internacional; Collins *et al.* y Sykes y Collins, sobre el Reino Unido; Körmen-di, sobre la calidad de la estimación del nivel de ingresos en Dinamarca; etc.

Otro aspecto que se echa de menos, en comparación con el texto de la primera Conferencia, es la ausencia de un listado con los autores y las instituciones donde realizan su actividad, lo que facilita enormemente contextualizar los datos de sus investigaciones. Sobre estos dos últimos aspectos es posible que se trate, por otro lado, de una crítica común a los últimos libros de la colección Wiley Series in Survey Methodology.

Referencias bibliográficas

Collins, Martin et al. (1988): «Nonresponse: the UK experience», en R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls y J. Waksberg, *Telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley, pp. 213-230.

De Leeuw, Edith, Joop J. Hox y Don A. Dillman (2008): «Mixed mode surveys: when and why», en E. D. de Leeuw, J. J. Hox y D. A. Dillman (eds.), *International Handbook of Survey Methodology*, Nueva York: Lawrence Erlbaum Associates y Asociación Europea de Metodología, pp. 299-315.

Díaz de Rada, Vidal (2005): «Measure and control of non-response in a mail survey», *European Journal of Marketing*, vol. 39, n.º 1-2, pp. 16-32.

Díaz de Rada, Vidal y Peio Ayerdi (2007): «Algunos problemas de la encuesta telefónica para la proyección electoral», *REIS*, n.º 118, pp. 153-204.

Groves, Robert M. et al. (1988): *Telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley.

⁸ Nos referimos, concretamente, al desarrollo de la telefonía móvil en los 26 países analizados en el cuarto capítulo.

Instituto Nacional de Estadística (2006 y 2009): *Encuesta de Tecnologías de la Información en los Hogares*, Madrid: INE. www.ine.es.

Kalton, Graham (2000): «Developments in survey research in the past 25 years», *Survey Methodology*, vol. 26, n.º 1, pp. 3-10.

Körmendi, Eszter (1988): «The quality of income information in telephone and face to face surveys», en R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls y J. Waksberg, *Telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley, pp. 341-356.

Pasadas del Amo, Sara, Margarita Uribe-Echevarría y Micaela Soria Zambrano (2004): *La telefonía móvil: un nuevo reto para las encuestas telefónicas*, Córdoba: Documento de Trabajo del Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, IESA 15-04.

Pasadas del Amo, Sara, Micaela Soria Zambrano y Margarita Uribe-Echevarría (2006): «¿Importa el prefijo? Una aproximación a las diferencias territoriales en las pautas de respuesta a las encuestas telefónicas», *Metodología de Encuestas*, vol. 8, pp. 99-108.

Peleiteiro, Isabel y José Andrés Gabardo (2006): «Los hogares "exclusivamente móviles" en la investigación telefónica de audiencia», *Metodología de Encuestas*, vol. 7, n.º 3, pp. 17-40.

Public Opinion Quarterly 2007 Special Issue (2007): *Cell phone numbers and telephone surveyin in the U.S.*, vol. 71, n.º 5.

Rodríguez Esteban, Maite (2008): *Industria Española de Investigación de Mercados y Opinión Pública en 2007*. Tomado de www.aedemo.es (acceso noviembre de 2008).

Stinchcombe, Arthur L. (1981): «Nonresponse Bias for Attitude Questions», *Public Opinion Quarterly*, vol. 45, pp. 359-375.

Sykes, Wendy y Martin Collins (1988): «Effects of mode of interview: experiments in the UK», en R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls y J. Waksberg, *Telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley, pp. 301-320.

Tourangeau, Roger (2004): «Survey Research and societal change», *Annual Review of Psychology*, vol. 55, pp. 775-801.

Trewin, Dennis y Geoff Lee (1988): «International comparison of telephone coverage», en R. M. Groves, P. P. Biemer, L. E. Lyberg, J. T. Massey, W. L. Nicholls y J. Waksberg, *Telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley, pp. 9-24.

Tucker, Clyde y James M. Lepkowski (2008): «Telephone survey methods: adapting to change», en J. M. Lepkowski,

C. Tucker, J. M. Brick, E. D. de Leeuw, L. Japoc, P. J. Lavrakas, M. W. Link y R. L. Sangster (eds.), *Advances in telephone survey methodology*, Nueva York: Wiley, pp. 3-26.

Vidal DÍAZ DE RADA

William A. Maloney y Sigrid Robteutscher (eds.)

Social Capital and Associations in European Democracies. A Comparative Analysis

(Oxon-New York, Routledge, 2007)

A día de hoy, el estudio sobre el capital social es seguramente uno de los campos analíticos más fecundos de las ciencias sociales. Desde hace bastantes años, la producción científica dedicada a tratar esta cuestión se ha multiplicado considerablemente. La razón principal de este auge es debido, posiblemente, al estudio clásico de Robert Putnan sobre la democracia en Italia. Allí, el autor estadounidense consiguió formalizar de una manera sencilla una ecuación que relacionaba de una vez la calidad de la democracia, la participación en asociaciones y la confianza de la ciudadanía en la sociedad. Con esa fórmula, Robert Putnan abrió un camino muy fecundo para la investigación social y, desde entonces, se pueden contar por centenares los trabajos dedicados a este tema.

Desde esta perspectiva, el papel que muchos analistas e investigadores han dado a las asociaciones en el entramado democrático ha sido enorme. Pero no sólo deberíamos pensar en la academia. Fuera de ella, las administraciones e