

Instrumentos (Entrevistas y Cuestionarios)

1. Introducción

Ya en la planificación de nuestra investigación, y en concreto en su protocolo escrito, se tendrá que especificar la forma de recoger la información. La lectura de estudios previos (una extensa revisión bibliográfica) ayudará mucho porque, como recomendación general y sobre todo al principio, es preferible no resultar excesivamente "original". En un sentido amplio los métodos de obtención de información podrían clasificarse en:

1. Observaciones, mediante el uso de técnicas que oscilan desde la simple observación o constatación de un hecho, a otras más complejas que incluyen el uso de equipamiento (estudios de imagen, análisis, etc).
2. Entrevistas y cuestionarios
3. Fuentes documentales: historias clínicas, certificados, estadísticas, etc (son datos "secundarios", por oposición a los anteriores que se podrían considerar como primarios, en tanto en cuanto son recogidos expresamente para nuestra investigación)

En artículos previos se han tratado todos los aspectos relativos a las variables y sus escalas, su medición y sus errores, todo lo cual es aplicable a los resultados de nuestras observaciones (apartado 1 de la referida clasificación de Abramson). En este artículo desarrollaremos el apartado 2, dedicado a medir actitudes u opiniones, en fin, valoraciones subjetivas, a partir de respuestas dadas a ciertas preguntas. Con todo, parte de la información aportada por el sujeto podrá ser objetiva y contrastable. El cuestionario se puede convertir en el objetivo último de nuestra investigación, por ejemplo, en la evaluación de programas comunitarios desde la perspectiva del usuario, estudios de calidad de vida bajo determinados tratamientos o, con la incorporación de parámetros económicos, estudios de coste-utilidad. No obstante, puede ser también un análisis complementario o secundario, pero siempre estrechamente vinculado al usuario o al enfermo. A pesar de la experiencia de la sociología y de la psicología, el diseño, el análisis y la valoración de estos instrumentos es un aspecto muy complejo de la investigación médica.

Las etapas a seguir en la preparación de un cuestionario incluyen:

1. Revisión de la literatura (imprescindible)
2. Elegir el tipo de cuestionario
3. Elegir el tipo de preguntas
4. Definir códigos, puntuaciones y escalas
5. Elegir el orden de las preguntas
6. Diseñar el formato y presentación del cuestionario
7. Preparar un manual de instrucciones
8. Entrenar a los encuestadores
9. Realizar un ensayo o prueba piloto
10. A partir de la prueba piloto, revisar el cuestionario.

Desarrollamos un poco estos apartados.

2. El tipo de cuestionario

Tras una revisión de la bibliografía y contando con la opinión de colegas y expertos, concluiremos que el objetivo de nuestra investigación puede (o debe) incorporar un cuestionario. La revisión de la literatura nos aportará información sobre otros cuestionarios utilizados. De ser así, no lo dude y aplique el cuestionario ya empleado, tanto mejor si está muy difundido y hasta validado. Se ahorrará mucho tiempo y esfuerzo, su investigación podrá ser comparada y usted la podrá contrastar con los resultados de otros. Las referencias de su trabajo quedarán muy lucidas, la metodología de investigación podrá partir de la ya publicada por otros y tendrá más fácil su publicación. Todo ventajas. Sin embargo, puede usted verse en la necesidad de preparar un cuestionario partiendo de cero o adaptar uno que fue construido para otros grupos o con un objetivo diferente.

Los tipos de cuestionarios se reducen a tres con sus posibles combinaciones:

- Autocumplimentados, generalmente enviados por correo con sobre franqueado para su devolución. Requieren una carta de presentación muy cuidadosa e informativa (objetivo de la investigación, aval científico o académico del proyecto, su diseño y sus autores a grandes rasgos). Se debe establecer un límite temporal para las respuestas, pero con todo, a los que no respondan se les debería remitir el cuestionario al menos por segunda vez. Una sucesión de 1, 3 y 7 semanas puede ser razonable. El porcentaje de respuestas suele ser bajo y además los que responden difieren de los que no colaboran, lo cual puede introducir un sesgo grave según el objetivo de nuestra investigación.
- Entrevistas personales, indudablemente más ventajosas en cuanto a reducir el número de cuestionarios no contestados, pero el procedimiento es mucho más caro por razones obvias.
- Encuestas telefónicas, tienen un coste intermedio, pero requieren una carta previa y un cuestionario breve con preguntas muy "neutras" y una mínima formación previa del entrevistador.

3. Tipos de preguntas. Códigos y escalas.

El formato más habitual es el de preguntas cerradas a las que el sujeto responde con cruces o círculos. La codificación transforma las respuestas en variables que se pueden tabular y analizar. Cualquiera de las referencias bibliográficas tiene algunos ejemplos. Las posibilidades van desde el Si-No, No sabe/No contesta, hasta escalas categóricas más amplias (5-7 categorías), a veces con símbolos o caras, el empleo de escalas lineales o "análogos visuales". Para estudiar opiniones más complejas se usan las escalas de Likert o las de Guttman. En las primeras, el encuestado se muestra en completo acuerdo o en total desacuerdo con algunas afirmaciones (con una escala numérica intermedia) y en las escalas de Guttman, las frases se redactan con una rotundidad creciente o decreciente para que el encuestado se "posicione" en la que más se ajusta a su opinión.

4. Redactar las preguntas y elegir el orden de presentación.

Este es realmente el núcleo duro del cuestionario y donde se aproxima más a todo un arte. Tan sólo se pueden hacer unas recomendaciones genéricas:

- Sea muy preciso y concreto en las preguntas
- Evite todo término ambiguo: regularmente, a veces, con cierta frecuencia, relativamente, etc.
- Evite formular dos preguntas en una o hacerlas demasiado largas
- en las preguntas cerradas, redacte todas las opciones posibles y haga que estas sean excluyentes
- Sitúe las preguntas más importantes para su investigación al principio del cuestionario
- Formule las preguntas en los términos más sencillos, evite todo tecnicismo
- Reduzca las preguntas a solamente aquellas que vaya a analizar por su trascendencia para la investigación.
- Al menos, las dos primeras preguntas deberían ser muy sencillas y de respuesta muy rápida.

5. El formato. La prueba piloto

El cuestionario debe ser fácil de leer. El título y/o su objetivo debe estar claramente impreso, al igual que el número de páginas y el número o código asignado al cuestionario. Debe estar suficientemente "sangrado" para que todas las posibles respuestas estén en vertical. Todas las preguntas deben tener sus posibles respuestas en la misma página y las instrucciones deberán tener otro tipo de letra.

La prueba piloto resulta definitiva para detectar problemas con la redacción de las preguntas o su presentación. Se recomienda que se trate de un grupo de unas 20 personas similares al grupo al que va dirigido el cuestionario. Merece la pena cronometrar el tiempo utilizado, no solamente en rellenar el cuestionario, sino después en codificarlo e introducirlo en la base de datos previamente establecida. Pida opinión sobre la carta de presentación del proyecto.

Es un buen momento para poner a prueba el método previsto de envío, distribución y recogida de los cuestionarios. Previamente se habrá decidido si se aplica a todo un grupo o solamente a una muestra y, en este caso, cual será la forma de extraerla.

6. Características propias del cuestionario. Fiabilidad y validez.

Si hemos confeccionado un nuevo cuestionario (o modificado uno previo) es obligado comprobar su "calidad" a través de una demostración de su fiabilidad y su validez. Lo primero tiene que ver con el comportamiento del cuestionario en diferentes situaciones (en inglés "reliability") y lo segundo incluye todo un cuerpo teórico (validez de contenido y de construcción), además de la posibilidad de comparar los resultados del cuestionario con un criterio externo de referencia (validez de criterio).

6.1. Fiabilidad.

La idea fundamental que subyace es la de estabilidad de las mediciones sucesivas (reproducibilidad o repetibilidad), estabilidad que, por supuesto está amenazada por cambios atribuibles no sólo al instrumento que mide, sino también a la variable a medir y hasta al observador. La demostración se lleva a cabo por la repetición de la prueba, manteniendo en lo posible también constantes las demás circunstancias (test-retest). El esfuerzo es enorme, por lo que se prefiere la técnica del análisis de la consistencia interna. Se parte de la base de que debe existir una adecuada concordancia entre las respuestas a las preguntas estrechamente relacionadas. La prueba estadística más utilizada es el alfa de Cronbach que expresa la consistencia interna entre tres o más variables (tanto mayor cuanto más se aproxima, el citado índice, a la unidad).

6.2. Validez.

Las bases teóricas de nuestro cuestionario pueden ser probadas con ayuda de la revisión de la literatura y de la consulta con expertos. Se pretende abarcar todos los aspectos del problema (validez de contenido) y que estos guarden una relación bien establecida con nuestras cuestiones (validez de construcción). La validez de criterio (llamada a veces validez por concurrencia) obliga a la consideración de un referencia exterior que, en el caso de los cuestionarios, puede ser una entrevista estructurada, otros cuestionarios, variables objetivas estrechamente relacionadas o, otra vez, la opinión de expertos.

7. Recogida y análisis de los datos.

La aceptación y la devolución de los cuestionarios depende en gran parte de la redacción, presentación y formato. Es un indicador del éxito inicial de nuestro instrumento y algunos autores han recopilado los factores determinantes de un buen índice de respuestas (ver los artículos de Boynton). Resulta imprescindible, a pesar de todo, intentar recoger algunos datos o características de los que no contestan. Si el porcentaje de devolución de los cuestionarios es muy bajo tendrá que repensarse todo el proyecto.

Los procedimientos estadísticos utilizados en el análisis de los datos dependen del tipo de preguntas y de las hipótesis de partida. La utilización de cuestionarios validados permite la orientación en el análisis por parte de los diseñadores del instrumento (suele ir incorporada en la aceptación de los derechos de autor). Los artículos de Boynton orientan sobre la forma de presentar los resultados con vistas a su publicación.

Bibliografía

- Delgado M, Llorca J, Domenech JM. Investigación científica: Fundamentos metodológicos y estadísticos. Barcelona: Signo;2005.
- Argimón Pallás JM, Jiménez Villa J. Métodos de investigación. Barcelona: Doyma; 1991.
- Hulley SB, Cumming SR. Diseño de la investigación clínica: un enfoque epidemiológico (edición española). Barcelona: Doyma; 1993.
- Abramson JH. Métodos de estudio en Medicina Comunitaria: una introducción a los estudios epidemiológicos y de evaluación (edición española). Madrid: Díaz de Santos; 1990.
- Boynton PM, Greenhalgh T. Selecting, designing, and developing your questionnaire (primero de 3 artículos dedicados a la investigación con cuestionarios). BMJ 2004; 328:1312-5, 1372-5 y 1433-6.
- Molinero LM. Cuestionarios de salud. En: www.seh-lelha.org/stat1.htm