



Encuestas: cómo mejorar la calidad de las respuestas cuando se hacen preguntas sobre comportamientos

Autora: Tamara Bravo. Mide Sociedad.

El proceso de desarrollo de un cuestionario es una parte fundamental en el proceso de una encuesta, ya que problemas en el diseño de las preguntas pueden afectar las respuestas que den los entrevistados.

El siguiente artículo se centra en las preguntas sobre comportamientos y describe los procesos que se ponen en juego al momento de responder una pregunta de este tipo, da cuenta de algunas dificultades que pueden surgir y presenta sugerencias que permiten mejorar la calidad de las respuestas.

Introducción



La forma en que recabamos información en una encuesta es a través de un cuestionario, el que nos permite recolectar de manera organizada la información necesaria para dar cuenta de las variables de interés. En él se utilizan distintos tipos de preguntas estandarizadas, de manera que todos los entrevistados son sometidos a las mismas preguntas, de la misma manera. El diseño de las preguntas de un cuestionario es una etapa muy importante en el proceso de una encuesta: el cómo, dónde y qué se pregunta van a determinar el tipo y calidad de los datos que se obtendrán. En este proceso el comprender de qué manera los participantes elaboran las respuestas a las preguntas a las que se ven enfrentados, y cómo las características del instrumento inciden en la elaboración de dichas respuestas, permite diseñar mejores preguntas.

El presente documento busca:

- i) Describir los procesos que se ponen en juego cuando una persona encuestada tiene que responder preguntas, específicamente sobre los comportamientos que ha realizado en el pasado;
- ii) Comprender algunos de las dificultades que los encuestados experimentan al tener que informar sobre frecuencias y cantidades de comportamientos y,
- iii) Presentar algunas sugerencias que permiten mejorar la calidad de las respuestas de los entrevistados en este tipo de preguntas.

A grandes rasgos podemos distinguir tres tipos de preguntas que se formulan en las encuestas: a) preguntas factuales, que se refieren a comportamientos (por ejemplo, comprar online, las visitas al médico, votar u otras) o hechos (país de residencia, fecha de nacimiento, edad, estado civil, etc.), b) preguntas acerca de actitudes y, c) preguntas de conocimiento.

Si bien responder una pregunta parece una tarea sencilla, los estudios destinados a conocer los procesos de respuesta frente a una encuesta, es decir, la forma en que las personas elaboran la respuesta frente a una pregunta, han permitido obtener información relevante para los procesos de diseño de un cuestionario. En este proceso influyen, entre otros, factores cognitivos y contextuales que pueden afectar la calidad de las respuestas que los entrevistados entregan cuando se aplica un cuestionario. En este documento nos focalizaremos en los factores que afectan el abordaje de las preguntas factuales, específicamente aquellas en las que se le solicita al encuestado responder interrogantes relacionadas con su comportamiento en el pasado y para lo cual debe construir una respuesta basada, entre otros factores, en la memoria y en su capacidad para hacer inferencias y relacionamientos lógicos.

Procesos de respuesta



El acto de responder una pregunta es un proceso que involucra múltiples tareas cognitivas. Uno de los modelos propuestos para comprender este proceso es el de Toureangeau (1984; Tourangeau, Rips & Rasinski, 2000), el cual señala que el proceso de respuesta a una pregunta podría dividirse en cuatro componentes i) **comprender la pregunta** para determinar qué información se está pidiendo; ii) **recuperar información** de la memoria, iii) considerando que esta información rara vez está lista para ser usada, la mayoría de las veces se **realiza un juicio o estimación** sobre la información que es relevante para contestar; iv) una vez que se cuenta con esa información, se debe ajustar la **respuesta a las alternativas** entregadas por el investigador y, eventualmente, los entrevistados pueden **editar su juicio** no entregando toda la información con la que cuentan, sea por deseabilidad social o por un tema de presentación personal.

Los procesos de comprensión de las preguntas, recuperación de la información relevante, uso de la información para realizar los juicios requeridos y selección y reporte de las respuestas no necesariamente son lineales y los entrevistados no siempre responden en la misma secuencia indicada, por lo que suele presentarse algún grado de retroceso y superposición de pasos al momento de responder (Groves et al., 2004). Cada uno de estos procesos puede influir en la respuesta que se entrega; por ejemplo, la pregunta puede ser mal interpretada (comprensión), podemos olvidar información relevante (recuperación), realizar inferencias erróneas (juicio), o seleccionar una categoría de respuesta equivocada.

Además de las complejidades que cada uno de estos pasos suponen en la tarea de responder a la pregunta de un cuestionario, el desempeño del entrevistado en cada uno de ellos depende fuertemente del contexto del cuestionario. Ello supone una dificultad adicional ya que, en la medida en que las respuestas entregadas por la muestra están moldeadas por el instrumento de investigación, no reflejan las opiniones y conductas de la población a la que el investigador quiere generalizar, como se verá más adelante. Adicionalmente, existe evidencia que sugiere que los procesos subyacentes son sensibles a la edad y la cultura, resultando en efectos contextuales diferenciales (Schwarz, et al. 2008).

Descripción de los componentes del proceso de respuesta

- **Comprensión de la pregunta:** la primera tarea que deben realizar las personas al enfrentarse a una pregunta es comprender qué se les está preguntando. El proceso de comprender una pregunta involucra poner atención a la pregunta y sus instrucciones, comprender las relaciones lógicas entre las palabras, asignar significado a la pregunta (lo que se realiza a partir de los conocimientos previos) e inferir el foco y propósito de la pregunta, es decir, la información que el que formula la pregunta busca. Preguntas mal elaboradas van a generar problemas de comprensión que pueden estar asociados a la sintaxis de la pregunta (por ejemplo, preguntas excesivamente complejas, con demasiadas cláusulas), a la semántica (utiliza conceptos vagos, ambiguos o pocos familiares), o a la pragmática (la persona puede inferir erróneamente el propósito de la pregunta) (Toureangeau, 2018).

- **Recuperación de información relevante.** Una vez que los entrevistados han interpretado la pregunta, generalmente deben recuperar información para poder responder. En la recuperación de información están involucrados dos sistemas de memoria. Por un lado, está la memoria a largo plazo que almacena recuerdos autobiográficos (experiencias personales), además de otro tipo de información como memoria semántica (recuerdos asociados con vocabulario, estructura del lenguaje y conocimiento general del mundo) y conocimiento procedural (conocimiento sobre cómo hacer ciertas cosas como, por ejemplo, nadar o andar en bicicleta). Por otro lado, está la memoria de trabajo que es aquella que desempeña activamente el procesamiento cognitivo. A diferencia de la memoria a largo plazo, la memoria de trabajo tiene una capacidad limitada y puede ser sobrecargada por preguntas complejas que exigen procesos cognitivos muy demandantes. El proceso de recuperación de la información consiste en mover información de la memoria a largo plazo hacia la memoria de trabajo. Para realizar este proceso de recuperar información relevante de la memoria a largo plazo se debe adoptar una estrategia de recuperación de la información, generar claves de recuperación, recolectar recuerdos individuales y completar los recuerdos parciales con inferencias (Toureangeau, 2018).

• **Estimación y juicio:** A menudo la información recuperada no está lista para ser utilizada, por lo que debe ser integrada en un juicio o estimación general. De acuerdo con Tourangeau et al. (2000) las estrategias utilizadas se podrían agrupar en cuatro categorías principales:

- **Recuperación de respuestas existentes.**
- **Estrategia top-down, que implica la recuperación de información general a partir de la cual se construyen o infieren las respuestas.**
- **Estrategia bottom-up, que implica la recuperación de recuerdos específicos.**
- **Recuperación de impresiones.**

Por ejemplo, si se le pregunta a una persona con qué frecuencia fue al médico en los últimos 6 meses, puede recordar haber completado un formulario para su seguro de salud con la información exacta justo el día anterior (recuperación de una respuesta existente); puede recuperar la información de que ve al médico especialista todos los meses y extrapolar en base a esa tasa (estimación basada en tasas, top-down); puede recordar tres visitas médicas específicas (recordar y contar, bottom-up), o recordar que casi nunca va al médico y responder basándose en esa impresión. Qué estrategia es utilizada dependerá de qué información recupere el participante a medida que formula su respuesta, lo cual refleja qué información tiene disponible. Además, los entrevistados pueden cambiar deliberadamente de estrategias de baja carga cognitiva (como la estimación en base a una tasa de respuesta) a una de mayor esfuerzo (como recordar y contar) si creen que la pregunta es importante y si tienen tiempo suficiente para generar la respuesta (Toeungerau, 2018).

Cuando se trata de preguntas sobre frecuencias de comportamientos, la estrategia que adopta el respondiente afecta la naturaleza de los errores reportados, pudiendo sub-reportar o sobre-reportar dependiendo de la estrategia utilizada. Debido a que muchas respuestas a preguntas son construidas (más que recuperadas) estas pueden ser afectadas, además, por información que es accesible por las preguntas anteriores o por claves contextuales (Toeungerau, 2018).

• **Selección y reporte de la respuesta.** Este último componente involucra seleccionar y reportar una respuesta, es decir, transformar el juicio o estimación realizada en una respuesta concreta. Aquí se distinguen dos grupos de procesos: mapear la respuesta de acuerdo con la escala o alternativa de respuesta, es decir, ubicar la respuesta estimada en alguna de las opciones de respuesta disponibles, y “editar” la respuesta, o sea, ajustar la respuesta a las opciones disponibles. Los participantes no siempre reportan al investigador las mejores respuestas ya que, en ocasiones, pueden editar sus respuestas por vergüenza, esto es, sub-reportan comportamientos no deseables socialmente (como el uso de drogas ilícitas) y, por el contrario, sobre-reportan comportamientos deseables socialmente (alimentarse de forma saludable, por ejemplo) (Toungerau, 2018).



Procesos de respuesta y efectos del contexto en las preguntas sobre comportamientos

Efectos asociados a la comprensión de las preguntas

Si bien un problema común asociado a la comprensión de las preguntas dice relación con el uso de palabras difíciles, muy técnicas o sintaxis complejas, la comprensión también está relacionada con el significado que le da a la pregunta la persona que responde y, en ello, el contexto de la pregunta es muy importante. La información contextual está dada por las características formales del cuestionario, el fraseo de las preguntas y el contenido de las preguntas precedentes que influirán en cómo las personas responden, en este caso, a preguntas sobre comportamientos. De hecho, el basarse en información contextual es aún más relevante en el marco de una encuesta estandarizada, donde el encuestado tiene poco o ningún acceso a aclaraciones del significado otorgado a las preguntas por el investigador (Schwarz et al., 2008). A continuación, se presentan algunos ejemplos.

- Las alternativas de respuesta que incluye el investigador como parte de una pregunta influyen en cómo las personas significan qué deben responder a una pregunta y, por lo tanto, las respuestas que se obtienen. Por ejemplo, en las preguntas abiertas los entrevistados deben determinar qué es de interés para el investigador y según ello responder con la información que les parezca relevante. En las preguntas cerradas, en cambio, las alternativas están dadas e indican aquello en lo que está interesado el investigador, limitando el rango de respuestas posibles y, al mismo tiempo, recordándole al entrevistado información que de otra forma no consideraría. Por ejemplo, si se le pregunta a una persona ¿qué ha hecho hoy?, en una pregunta abierta la persona debe determinar qué actividades sería importante incluir en su respuesta. Es posible que algunas personas omitan actividades que les parezcan poco relevantes (como tomar desayuno) o que parezcan obvias (como responder la encuesta). Sin embargo, si esas alternativas estuvieran en el listado de actividades de una pregunta cerrada, probablemente las seleccionarían (Schwarz et al., 2008).
- El fraseo de las preguntas y los valores numéricos de un rating o una escala de frecuencia también son informativos para los entrevistados y pueden afectar sus respuestas. Por ejemplo, Winkielman, Knäuper, y Schwarz, (1998) preguntaron en un formato abierto cuán frecuentemente las personas se habían enojado en un período corto (1 semana) y en un período largo (1 año). Los participantes asumían que la pregunta se refería a episodios menos intensos y más frecuentes cuando el período de referencia era corto y, por el contrario, que se refería a episodios más extremos e intensos cuando que el período de referencia era largo.

- La interpretación de los entrevistados también está afectada por el contexto en que se presenta la pregunta. Por ejemplo, una pregunta sobre el uso de drogas ilegales se interpretará de manera distinta si está en una encuesta sobre salud o en una sobre criminalización. Asimismo, el efecto de las preguntas que están antes o después de una pregunta específica es más pronunciado mientras más ambigua esté formulada esa pregunta. Por último, la afiliación del investigador puede también tener un efecto en cómo son interpretadas las preguntas. Una persona puede responder de distinta manera o incluso decidir si participar o no en una encuesta dependiendo de la institución a la que pertenece el investigador.
- El uso de la información de contexto en la significación de la pregunta requiere mantener información en mente y relacionarla con otros aspectos del cuestionario para interpretarlas. Esto implica el uso de recursos cognitivos y se han observado diferencias de acuerdo con la edad a este respecto: es menos probable que las personas mayores utilicen información de contexto en la etapa de comprensión de la pregunta debido al declive con la edad de los recursos cognitivos.

Todos los ejemplos anteriores dan cuenta de la manera en que el proceso de comprensión de una pregunta no sólo implica comprender su significado, sino que involucra múltiples inferencias para determinar el significado pragmático de la pregunta.

Efectos asociados al reporte de las respuestas

Luego de descifrar el significado de una pregunta, el entrevistado debe reportar su respuesta. En el caso de preguntas sobre comportamientos, este proceso implica recuperar recuerdos que sean relevantes, probablemente hacer un juicio o estimación sobre ellos, para luego entregar una respuesta. Esta no siempre es una tarea sencilla, y los sujetos utilizan diferentes estrategias de inferencia y estimación para llegar a una respuesta. Idealmente se esperaría que los participantes delimitaran el período de referencia y recordaran cada uno de los comportamientos dentro de esos límites para llegar a la respuesta. Sin embargo, las personas rara vez son capaces de seguir esta estrategia de recuerdo y conteo y, dependiendo de las características del comportamiento que deben reportar, lo más frecuente es que utilicen una estrategia de estimación en base a alguna tasa que tienen guardada en la memoria, o que calculen la tasa “en el momento” en base a información que tienen disponible para llegar a una aproximación plausible (Bradburn et al., 2004; Schwarz et al., 2008).

Mientras más comportamientos deban ser reportados, más probable es que las personas estimen en vez de contar. Cuando los comportamientos son regulares y similares (como tomar desayuno), estimar entrega resultados más precisos

que contar. La selección del período de tiempo de referencia influye en que el/la entrevistado/a cuente o estime un determinado comportamiento. Por ejemplo, si a una persona se le pregunta por un comportamiento frecuente, irregular y relativamente poco importante (como llamar por teléfono o echar bencina) en un período de tiempo breve, es probable que cuente y reporte el número recuperado. Para períodos más largos, en tanto, las personas suelen contar sus comportamientos en un período breve y luego estiman un número para el período de tiempo más largo por el que les han preguntado. De esta manera, preguntar por períodos de tiempo más largos para este tipo de comportamientos, no sólo no aporta más información, sino que aumenta la posibilidad de un error de cálculo cuando el entrevistado intenta extrapolar un resultado (Bradburn et al., 2004).

Por otra parte, si el comportamiento es regular, los entrevistados suelen tener una tasa almacenada en su memoria y lo que suelen hacer es recuperarla y aplicarla para el período de tiempo por el que les están preguntando. En este caso, por lo tanto, tampoco aumentar el período de tiempo de referencia aumenta la cantidad de información obtenida, ya que los/las entrevistados/as simplemente multiplicarán el número de veces que, por ejemplo, se lavan los dientes diariamente por el período de referencia. Distinto es en el caso de eventos que son infrecuentes e irregulares, como comprarse un auto. En estos casos aumentar el período de referencia sí aumenta la cantidad de información obtenida (Bradburn et al., 2004). Al igual que en el caso de la comprensión de las preguntas, las estrategias de estimación utilizadas por los participantes también interactúan con las características formales del cuestionario, como se observa a continuación.

- En preguntas cerradas con escalas de frecuencia numérica los entrevistados suelen asumir que los valores del medio reflejan el comportamiento promedio o usual. Dado este supuesto, el encuestado utiliza la escala que el investigador les presenta como un marco de referencia para estimar su propia frecuencia de comportamiento. Si en la encuesta la escala que se usa tiene frecuencias altas, el encuestado responderá acordemente y hará estimaciones más altas; si por el contrario, la escala presenta frecuencias bajas, el encuestado reportará comportamientos con más baja frecuencia. Por ejemplo, en un experimento de Schwarz et al. (1985), se les preguntaba a los participantes cuántas horas de televisión veían al día en promedio y a un grupo de ellos se les presentaba una escala de baja frecuencia (desde “hasta media hora” a “más de dos horas y media”), mientras a otro grupo se le mostraba una escala de alta frecuencia (de “hasta media hora” a “más de cuatro horas y media”). A quienes se les presentaba la primera escala (baja frecuencia) estimaban un consumo de televisión promedio menor que a quienes se les presenta la segunda escala (alta frecuencia), lo que indica que las frecuencias sugeridas por los rangos de las escalas afectaron la estimación realizada por los encuestados. Es esperable que este efecto sea mayor mien-

tras el recuerdo en la memoria de la conducta sobre la que se está interrogando sea más difusa. Por el contrario, cuando el comportamiento es raro e importante y, por lo tanto, está bien representado en la memoria, la influencia de las escalas de frecuencia es pequeña (Schwarz et al., 2008).

- Los grupos sociales difieren en el grado en que prestan atención a un comportamiento determinado. Estas diferencias en el monitoreo de su comportamiento influyen a su vez en la medida en que los encuestados deben confiar en estrategias de estimación al informar sobre sus comportamientos, volviéndolos diferencialmente susceptibles a las influencias contextuales. Por ejemplo, si bien se esperaba que en personas mayores el impacto de las alternativas de respuesta fuera más pronunciado por su pérdida de memoria, ello tiene algunos matices. Por ejemplo, en un estudio de Knäuper et al. (2004), los rangos de frecuencia de la escala de respuesta afectaban más a las personas mayores cuando se trataba de comportamientos “mundanos” (comprar un regalo), pero se veían menos afectados cuando se trataba de síntomas físicos que este tipo de personas suele monitorear, resultando en mejores representaciones en la memoria.



Estrategias para facilitar el reporte de comportamientos

Considerando las dificultades señaladas que se presentan tanto en la comprensión como en la recuperación, estimación y reporte de las respuestas a preguntas sobre comportamientos, diversos autores han identificado algunas estrategias que permiten mejorar la comprensión, recuperación, juicio y reporte de preguntas de este tipo.

1. Utilizar ayudas para recordar

Entregue claves apropiadas para recordar. Se debe cuidar que las claves sean exhaustivas y compatibles con la interpretación esperada de la pregunta (Schwarz et al., 2008). La entrega de claves o ayudas para la memoria producen niveles más altos de reporte de comportamientos ya que facilitan que las personas recuerden eventos que de otra forma podrían haber olvidado (Bradburn et al. 2004; Tourengau, 2018). Estas claves pueden ser parte de la pregunta o tarjetas que se entreguen para facilitar la respuesta. Por ejemplo, si se quiere saber qué leyó una persona el mes pasado, se le puede entregar un listado de revistas, diarios y libros.

2. Hacer la pregunta “específica”

Las preguntas específicas son más fáciles de responder ya que hacen que la tarea del entrevistado sea más clara, lo que permite reportes más precisos y menos diferencias de interpretación. Esto implica ser claro acerca del quién, qué y cuándo. Por ejemplo, en vez de hacer una pregunta gene-

ral sobre las bebidas que usted compra habitualmente, se debería especificar el período de tiempo al que se refiere, el tipo de bebida por el que se pregunta, si incluye compras dentro y fuera del hogar, etc. (Bradburn et al., 2004).

3. Seleccionar un periodo de tiempo adecuado

De acuerdo a Schwarz et al. (2008) se puede mejorar la probabilidad de una recuperación más precisa de información si la tarea de recordar se restringe a un período de referencia reciente y corto. Esto, sin embargo, puede resultar en muchas preguntas con cero respuestas que tienen pocos de estos comportamientos, limitando el análisis a entrevistados con frecuencias de comportamiento alta. En la misma línea, Bradburn et al. (2004) sugieren preguntar por períodos cortos para comportamientos frecuentes, irregulares y poco importantes (como echar bencina), y para comportamientos regulares y similares (como lavarse los dientes). Para eventos poco frecuentes, irregulares, pero relativamente importantes, en cambio, señalan que es posible aumentar el período de referencia, lo que aumenta en este caso la información recuperada. A modo de referencia, los autores sostienen que para eventos muy relevantes se puede utilizar un período de referencia de 1 año (o más si se refiere, por ejemplo, a accidentes o enfermedades importantes), para eventos intermedios de 1 a 3 meses, y para eventos poco relevantes 2 a 4 semanas.

4. Utilizar las palabras adecuadas

En este caso, se sugiere utilizar palabras comprensibles por todos los participantes y que sólo tengan el significado que pretende el investigador. Se deben utilizar palabras simples y evitar modismos si es que son interpretados de manera heterogénea por la población objetivo. Si su uso es unívoco (por ejemplo, en Chile la palabra “pololear”), es conveniente utilizarlos (Bradburn et al., 2004).

5. Dar suficiente tiempo para que la persona pueda recordar y señalar la importancia de la pregunta

Es poco probable que entrevistados tengan suficiente tiempo de hacer varios intentos para recordar la información requerida, ya sea porque no tienen el tiempo necesario o porque no están motivados. Asegúrese de que los participantes tengan suficiente tiempo para buscar en su memoria la información necesaria para responder. Una forma de hacer que las personas inviertan más tiempo y mejoren sus recuerdos es instruir explícitamente que la próxima pregunta es realmente importante. Se puede indicar que deben hacer su mejor esfuerzo y tomarse el tiempo que sea necesario. Esta estrategia puede mejorar el recuerdo, pero no debe ser utilizado con todas las preguntas porque pierde credibilidad (Schwarz et al., 2008).

6. Utilizar preguntas abiertas numéricas

Diversos autores sugieren que las preguntas abiertas numéricas son usualmente preferibles a las preguntas cerradas para medir cantidades (Krosnik & Presser, 2009; Schae-



Comentarios finales

ffer & Dykema, 2020; Schwarz et al. 2008). Las preguntas abiertas numéricas son aquellas en que el entrevistado debe responder con un número sin tener alternativas de respuestas predeterminadas. En este caso, aunque la respuesta no siempre sea precisa, el formato abierto permite evitar los sesgos sistemáticos asociados a las escalas de frecuencia y el truncamiento del rango. Por ejemplo, en una encuesta sobre consumo de alcohol, los bebedores problemáticos pueden exceder la frecuencia de consumo expresada en una escala de respuesta obteniendo resultados distintos a los que se tendrían si la pregunta fuera abierta.

7. Evite cuantificadores vagos

Debido a las dificultades que supone recuperar información de la memoria para responder a una pregunta muchas veces se utilizan cuantificadores vagos (por ejemplo, generalmente, ocasionalmente, frecuentemente) para simplificar la tarea. Sin embargo, los cuantificadores vagos reflejan la interpretación subjetiva de cada entrevistado, por lo que esta varía entre los participantes, volviendo estos cuantificadores inadecuados para evaluación de frecuencias objetivas (Krosnick & Presser, 2009; Schwarz et al., 2008).

Si bien puede ser difícil predecir con exactitud cómo las personas se enfrentarán a la pregunta de una encuesta, los estudios destinados a conocer la forma en que las personas elaboran la respuesta frente a una pregunta y cómo el mismo instrumento puede afectar sus respuestas, han permitido obtener información relevante para los procesos de desarrollo de un cuestionario. Entender la forma en que las personas responden entrega pistas sobre cómo construir un mejor cuestionario de manera de obtener de la forma más precisa posible la información que el investigador pretende recolectar al diseñar un determinado estudio. Preguntas mal formuladas indefectiblemente terminarán generando respuestas que afecten la validez de los resultados y por eso es parte esencial de la calidad de un estudio extremar los cuidados al momento de formular preguntas y diseñar el cuestionario de una encuesta.

Bibliografía

- Bradburn, N. M., Sudman, S. & Wansink, B. (2004).** Asking questions: the definitive guide to questionnaire design for market research, political polls, and social and health questionnaires. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons.
- Groves, R.M., Fowler, F.J. Jr., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2009).** Survey Methodology. New York: Wiley.
- Krosnick, J. A. (2018)** Questionnaire design. En D.L. Vannette, J.A. Krosnick (eds.), *The Palgrave Handbook of Survey Research*, https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_53
- Krosnick, J. A. and Presser, S. (2010),** Question and Questionnaire Design. In J. D. Wright & P.V. Marsden (Eds.), *Handbook of Survey Research (Second Edition)*. San Diego, CA: Elsevier.
- Schaeffer, N. C. & Dykema, J. (2020).** Advances in the science of asking questions. *Annual Review of Sociology*, 46, 37–60.
- Schwarz, N., Hippler, H.-J., Deutsch, B., & Strack, F. (1985).** Response scales: Effects of category range on reported behavior and comparative judgments. *Public Opinion Quarterly*, 49(3), 388–395. <https://doi.org/10.1086/268936>
- Schwarz, N., Knäuper, B., Oyserman, D., & Stich, C. (2008).** The psychology of asking questions. En De E. Leeuw, J. Hox, & D. Dillman (Eds.), *International Handbook of Survey Methodology* (pp.18-34). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tourangeau, R. (2018).** The survey response process from a cognitive viewpoint. *Quality Assurance in Education*, 26(2), 169–182.
- Tourangeau, R., Rips, L. J., & Rasinski, K. (2000).** The psychology of survey response. New York, NY: Cambridge University Press.
- Winkielman, P., Knauper, B., & Schwarz, N. (1998).** Looking back at anger: Reference periods change the interpretation of emotion frequency questions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 719–728.