

DESEABILIDAD SOCIAL Y GÉNERO: EL EFECTO DEL SEXO DEL ENTREVISTADOR(A) SOBRE LAS RESPUESTAS DEL ENCUESTADO(A)

Tània Verge Mestre

Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) / Universitat Pompeu Fabra
tverge.ceo@gencat.cat / taniam.verge@upf.edu

Centre d'Estudis d'Opinió
Pau Claris, 138, 4^a planta
08009 Barcelona
Tel. 93 496 05 74

RESUMEN: Este trabajo analiza el efecto del sexo del entrevistador sobre los encuestados en el marco de un estudio de opinión que trata numerosos aspectos relacionados con el género. En primer lugar, se pretende determinar en qué tipo de variables las respuestas se ven más afectadas por el sexo del entrevistador. Aunque esperamos que el sexo del entrevistador imprima efectos apreciables en las preguntas más sensibles respecto al género, queremos comprobar también si este efecto se mantiene en preguntas que tienen un contenido neutro en relación a temas de género o que recogen información factual o descriptiva del individuo entrevistado. Por último, examinamos de forma desagregada el peso de este efecto sobre encuestados y encuestadas y analizamos si éste pervive cuando se controla por otras variables sociodemográficas relevantes o cuando una tercera persona está presente. Los resultados del estudio nos permiten ofrecer diversas consideraciones para la comprensión de los estudios de opinión y, en general, de las relaciones de género.

PALABRAS CLAVE: Deseabilidad social, efectos de género, error de no muestreo, efectos del entrevistador

ABSTRACT: Using a survey containing numerous gender-sensitive issues we analyze the interviewer gender effect on respondents. First, we examine what issues are more affected by the interviewer gender. Although we expect the interviewer gender to have a significant effect on gender-sensitive issues, we also seek to test if effects can be traced on gender-neutral issues and on variables that collect factual or descriptive data. Finally, we assess the weight of this effect separately to see how male and female respondents are influenced in their answers by the interviewer gender and explore whether it is still robust after controlling by some relevant demographic variables and by the presence of a third party during the interview. Our findings offer diverse considerations for the understanding of public opinion studies and, more generally, for gender relationships.

KEY WORDS: Social desirability, gender effects, non sampling error, interviewer effects

Recibido: 17 de marzo 2009

Revisado: 26 de mayo 2009

Aceptado: 13 de junio 2009

Introducción

En el contexto de la distribución de una encuesta, los entrevistadores¹ se convierten en una fuente importante de sesgo, en especial en las entrevistas presenciales (Catania, McDermott y Pollack, 1986; Finkel, Guterbock y Borg, 1991; Presser y Stinson, 1998). Groves y Magilavy (1981: 251) han definido los efectos de entrevistador como la tendencia a que las respuestas de los entrevistados varíen en función del entrevistador que les ha sido asignado.

Entre los efectos que el entrevistador o entrevistadora pueden generar en las respuestas encontramos la deseabilidad social. La gestión de la autopresentación para ofrecer una imagen positiva de uno mismo tiene un peso muy importante en las interacciones sociales, entre ellas la realización de encuestas de opinión (Martin y Johnson, 2007: 2). Así, los entrevistados no siempre revelan sus actitudes y preferencias más sinceras. Algunas de las actitudes susceptibles de obedecer a lo socialmente deseable y de esconder el comportamiento real son el sexismo, el racismo, el abstencionismo, el consumo de drogas, los hábitos sexuales o el grado de religiosidad (Catania et al., 1996; Belli, Traugott, Young y McGonagle, 1990; Johnson y Moore, 1993; Karp y Brockington, 2005; Presser y Stinson, 1998; Streb, Burrell, Frederick y Genovese, 2008). La deseabilidad social subyace a los efectos del entrevistador, principalmente en las preguntas actitudinales y de opinión (Davis y Silver, 2003; Groves y Magilavy, 1986: 259).

La deseabilidad social opera a través de los entrevistadores por medio de distintos mecanismos. Por una parte, las propias características sociodemográficas y culturales de los encuestadores como el sexo, la etnia, la clase social o la edad pueden introducir distintos sesgos ya que el entrevistado tiende a evitar un juicio negativo por parte del encuestador que pertenece a un grupo determinado (Davis, 1997; Holbrook, Green y Krosnick, 2003; Kane y Macaulay, 1993). Simultáneamente, algunas de estas características, puesto que son claramente visibles, hacen más relevantes consideraciones sostenidas de antemano por los encuestados. En este sentido, cuanto más relacionada esté la pregunta con las características observables del entrevistador, más probable es que los encuestados modifiquen sus respuestas hacia posiciones que consideren compatibles con su interlocutor o cercanas a las expectativas normativas del mismo (Groves et al., 2004; Schuman y Converse, 1971). Así, entrevistadores pertenecientes a una minoría étnica o género (las mujeres) despertarán actitudes más comprensivas entre los encuestados hacia las reclamaciones de estos colectivos o incluso declararán su intención de voto por un candidato de este grupo (Anderson, Silver y Abramson, 1988; Finkel et al., 1991; Kane y Macaulay, 1993; Streb et al., 2008). Con todo, se trataría de “consideraciones competitivas” por las que, por ejemplo, las entrevistadoras despertarían diferentes consideraciones que

¹ Con el objetivo de aligerar el texto, las palabras que hacen referencia a personas (entrevistador, encuestador, etc.) se entienden en sentido genérico y tienen valor masculino y femenino, a no ser que sean calificadas con un adjetivo.

los entrevistadores en lo que a preguntas sensibles al género se refiere (Zaller y Feldman, 1992).

Por otra parte, la edad y el sexo son características sobre las que se construyen, culturalmente hablando, diferencias de roles y cada rol posee sus propias convenciones, tanto en el estilo como en el contenido de la comunicación. Además, los roles de género estimulan la interpretación de los mensajes en una determinada dirección (Edwards y Hamilton, 2004). De este modo, “el extraño – el entrevistador – a menudo encuentra cánones de intimidad y privacidad previamente establecidos para una persona con sus mismas características”² (Benney, Riesman y Star, 1956: 44).

Las numerosas investigaciones realizadas sobre el efecto del sexo del entrevistador muestran que se trata de una variable relevante que afecta a las respuestas pero no hay acuerdo sobre qué individuos se ven más afectados, si los encuestados mujeres o varones³, y por quién tienden a modificar más sus respuestas, si por los entrevistadores hombres o mujeres. No obstante, la mayoría de estudios sugieren que allí donde los efectos del entrevistador están presentes, generalmente son las mujeres entrevistadoras las que obtienen respuestas más igualitarias.

Otros estudios han puesto de manifiesto que el impacto de este tipo de efectos sobre hombres o mujeres encuestados varía en función del *issue* contenido en la pregunta (Ferrerías y Núñez, 2006; Flores-Macias y Lawson, 2008; Groves y Fultz, 1985; Huddy et al., 1997; Kane y Macaulay, 1993). La mayoría de las investigaciones sostiene que tales efectos se limitan a las preguntas o *issues* que son sensibles al género. Sin embargo, algunos autores demuestran que las preguntas factuales (cuando se pregunta a los encuestados la frecuencia de una acción, participación en alguna actividad, etc.), las preguntas neutras en relación al género y, finalmente, las preguntas demográficas o descriptivas también pueden verse afectadas por el género del entrevistador (Groves y Fultz, 1985; Ballou, 1993). En este caso, los encuestados ofrecen aquellas respuestas que se parecen a lo que consideran son las actitudes del entrevistador con el objetivo de no ofenderlo, por ejemplo, siendo conscientes de las diferencias en el estatus económico de mujeres y hombres (Groves y Fultz, 1985: 49-50).

² En ocasiones puede producirse el efecto contrario, suponiendo en este caso las características del entrevistador una “amenaza de estereotipo” para el encuestado. Cuando existe un extendido estereotipo negativo respecto a un grupo que pone en duda su competencia o habilidades, se crea para los miembros del grupo una sospecha que actúa como una amenaza. Ésta se acrecienta cuando la entrevista la conduce un miembro que no pertenece al grupo del encuestado. La ansiedad generada por demostrar la falsedad del estereotipo actúa negativamente en el desarrollo de la tarea. Davis y Silver (2003) ponen el ejemplo de una encuesta sobre conocimiento político en la que los encuestados afroamericanos por entrevistadores blancos contestaron menos preguntas correctas que los que lo hicieron a encuestadores afroamericanos.

³ La mayoría de estudios detectan este efecto tanto en encuestados como en encuestadas (Kane y Macaulay, 1993; Huddy et al., 1997; Galla, Frisone, Jeffrey y Gaer, 1981).

De manera complementaria, otros autores han analizado la existencia de un sesgo de aquiescencia basado en la teoría de la “conversación educada” según la cual los entrevistados buscan siempre evitar la confrontación en la comunicación. Es decir, los entrevistados seleccionan respuestas que no resulten ofensivas para su interlocutor e intentan mantener las pautas de la comunicación establecida. Según Kane y Macaulay (1993: 4), en el marco de una entrevista, al encuestador se le otorga una autoridad, al margen de su género, que puede afectar a la interacción entre sexos⁴.

Algunos estudios han incorporado como variables de control otras características del encuestado tales como la edad, el estado civil, el estatus socioeconómico o el nivel educativo para comprobar bajo qué circunstancias un individuo puede verse más afectado por las características de su interlocutor (Schuman y Converse, 1971; Flores-Macias y Lawson, 2008). A grandes rasgos, los resultados indican que, en general, los individuos jóvenes, con menor nivel educativo y un estatus socioeconómico más bajo son los más proclives a verse influenciados por el género del entrevistador (Huddy et al, 1997).

El estudio de los efectos del género en las encuestas de opinión aplicadas a muestras de la población presenta varias limitaciones. En primer lugar, en la mayoría de las encuestas las mujeres realizan la mayoría de las entrevistas, reduciendo así el número de estudios donde análisis relevantes sobre este efecto pueden llevarse a cabo. En segundo lugar, los estudios que aplican este análisis suelen utilizar encuestas de contenido muy sensible al género donde puede esperarse que estos efectos tengan un impacto mayor. Por ello, es preciso investigar estos efectos en una amplia variedad de preguntas (Ballou, 1993: 1205).

Los objetivos propuestos en este trabajo son varios. En primer lugar, determinar si las respuestas se ven afectadas por el género del entrevistador. En segundo lugar, comprobar en qué tipo de preguntas se produce este efecto. Por último, se busca discernir el peso de este efecto de forma separada sobre encuestados y sobre encuestadas y analizar si se mantiene al controlar por otras variables sociodemográficas relevantes o cuando una tercera persona está presente durante la realización de la encuesta.

El artículo se organiza de la siguiente forma. La segunda sección describe la encuesta utilizada, las hipótesis de trabajo y la metodología de análisis empleada. La tercera sección presenta los principales resultados del análisis. La cuarta y última sección discute los resultados.

Datos, metodología de análisis e hipótesis de trabajo

Los datos que sirven de base a este estudio pertenecen a una encuesta presencial cuyo universo es la población residente en Cataluña entre 18 y 65 años. Se trata de la encuesta *Diferencias entre hombres y mujeres en los ámbitos*

⁴ Para una revisión de la literatura sobre la interacción conversacional véase Kane y Macaulay (1993).

familiar, social, económico y político (Centre d'Estudis d'Opinió, CEO, junio-julio de 2008). Para no sesgar la disposición del encuestado a responder la encuesta ni para modificar su predisposición a hacerlo de acuerdo con lo socialmente deseable, el estudio se presentaba como una encuesta sobre familia y mundo laboral.

Los efectos generados por el sexo del entrevistador pueden verse amplificadas en una encuesta con amplias referencias a aspectos de género (Schuman y Converse, 1971). No obstante, otros estudios han demostrado que, aún en este tipo de encuestas, los efectos pueden encontrarse desde el inicio de la encuesta cuando el individuo encuestado aún desconoce el contenido de la misma mientras que, simultáneamente, el efecto desaparece en preguntas ubicadas en la zona media de la encuesta (Huddy, et al. 1997).

La encuesta incluye 1.121 encuestados y encuestadas de una muestra estratificada por provincia y dimensión del municipio, lo que produce una división en seis tamaños de hábitat, y con aplicación de cuotas de sexo y edad – en tres grupos: de 18 a 34, de 35 a 49 y de 50 a 65. A lo largo del análisis se trabajará con datos no ponderados. El margen de error, para un nivel de confianza del 95 por ciento y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$), es de $\pm 2,89$ por ciento.

Participaron en el trabajo de campo 32 entrevistadores y 26 entrevistadoras, alcanzando una distribución paritaria favorable a los varones, un hecho ciertamente excepcional en una profesión altamente feminizada⁵. A cada entrevistador se le asignaba una ruta diaria con instrucciones precisas para hacer aleatoria la selección de los domicilios y un paquete de encuestas a realizar a hombres y mujeres. Además, en cada tamaño de hábitat entrevistadores y entrevistadoras realizaron una cantidad parecida de encuestas. De este modo, se evita que los encuestadores “elijan” a la muestra (dónde encuestar, a quién, en qué momento, etc.), lo que podría sesgar los resultados del trabajo.

La Tabla 1 muestra que no existen diferencias estadísticamente significativas en los individuos entrevistados por hombres o por mujeres en lo que se refiere a género, nivel educativo, estado civil o edad, sugiriendo que estos datos pueden ofrecer estimadores creíbles del efecto del sexo del entrevistador sobre las respuestas.

Para comprobar si existe un efecto del sexo del entrevistador sobre las respuestas, hemos seleccionado tres grupos de preguntas. Por un lado, preguntas con contenido altamente sensible al género (*gender-sensitive*): número de horas semanales dedicadas a tareas domésticas (TAREASDOM); opinión sobre la existencia de desigualdades entre hombres y mujeres (DESIGUAL), de 1 ‘casi inexistentes’ a 4 ‘muy grandes’; y posicionamiento de acuerdo o en desacuerdo con el ítem ‘las cuo-

⁵ Por ejemplo, la red de campo del Centro de Investigaciones Sociológicas cuenta con un 65 por ciento de entrevistadoras y un 35 por ciento de entrevistadores (Ferrerías y Núñez, 2006: 2). El CEO no dispone de un equipo de trabajo de campo propio sino que lo subcontrata mediante concursos públicos. En este caso, el trabajo de campo fue realizado por la empresa Opinòmetre S.A.

tas son una medida efectiva para garantizar la igualdad en la representación' (CUOTAS). Por otro lado, analizamos preguntas aparentemente neutras respecto al género⁶: importancia de la familia (IMPFAM), en una escala de 0 'nada importante' a 10 'muy importante'; interés por la política (INTPOL), de 1 'nada' a 4 'mucho'; y ubicación ideológica (IDEOL), en una escala de 1 'extrema izquierda' a 10 'extrema derecha'. Por último, se examinan preguntas relacionadas con variables de carácter sociodemográfico o factual: el grado de religiosidad (RELIG) medida en tres categorías: 3 'religioso practicante', 2 'religioso no practicante' – católico o de otras religiones en ambos casos – y 1 'no religioso', agnóstico o ateo; número de personas que tiene a cargo el entrevistado en su trabajo (CARGO); y pertenencia a alguna organización social (ASOC) donde el valor 0 indica que el entrevistado no pertenece a ninguna y el 1 que pertenece a una o más de una. En este último grupo de preguntas se recaba el recuerdo de una acción (o no acción) o una situación que el entrevistado conoce bien, pero no se pregunta la opinión.

Tabla 1.
Características de los encuestados según el sexo del entrevistador

Encuestado/a	Entrevistadores (N=32)	Entrevistadoras (N=26)	
Sexo:			
Hombre	47,7	49,5	$p > 0,1$
Mujer	52,3	50,5	
<i>N</i>	(608)	(513)	
Nivel de estudios:			
Bajo	42,2	47,1	$p > 0,1$
Medio	33,7	32,7	
Superior	24,1	20,2	
<i>N</i>	(606)	(510)	
Estado civil:			
Casado/a	40,0	47,3	$p > 0,1$
Soltero/a	45,9	39,1	
Otra situación ^(a)	14,1	13,6	
<i>N</i>	(603)	(512)	
Edad (media en años):			
	39,4	40,5	$p > 0,1$
<i>N</i>	(608)	(513)	

^(a) Divorciado/a – separado/a – viudo/a

NOTA: Valores de p basados en las pruebas de chi-cuadrado o T de Student.

⁶ Aunque la categoría 'neutro' puede ser muy discutida a nivel epistemológico, en este estudio queremos simplemente utilizarla para agrupar a variables que no tratan *issues* de género aunque en las respuestas pueda hallarse un fundamento basado precisamente en el género.

Los grupos de preguntas se han seleccionado en función de las predicciones teóricas apoyadas por el grueso de la literatura según las cuales se espera que el sexo del entrevistador produzca sobre todo efectos significativos para las preguntas más sensibles respecto al género⁷. En cambio, no se esperan *a priori* efectos estadísticamente significativos en los otros dos grupos de variables y, de hecho, son escasos los estudios que hallan un efecto del sexo del entrevistador en estas preguntas. Sin embargo, nuestro estudio plantea que los efectos del género del encuestador pueden encontrarse también en estos últimos grupos.

En el primer caso, tal como se ha presentado en el marco teórico, el hecho de ser preguntado sobre temas o *issues* con contenido de género por una entrevistadora afectará a las respuestas, induciendo a los entrevistados y entrevistadas a contestar para agradar a la interlocutora. Es esperable que una entrevistadora genere respuestas más feministas o tal vez que, con el objetivo de lograr cierta empatía, los encuestados se muestren más implicados en temas que, en general, inciden de forma más relevante en la vida de las mujeres. Es decir, el género del entrevistador, una característica claramente visible, activará el efecto de la deseabilidad social, mostrándose el entrevistado más sensible a las desigualdades entre hombres y mujeres, declarándose más favorable a la discriminación positiva y presentándose como más colaborador en las tareas domésticas. Para los otros grupos de preguntas, planteamos que los encuestados pueden verse igualmente afectados por el género del entrevistador porque intentan también evitar la “ofensa social” (Groves y Fultz, 1985: 49). Esto se materializa en la búsqueda de respuestas que sean más parecidas con la situación del interlocutor que se intuya o con las actitudes que se le ascriban. En este sentido, se tiende a caracterizar a la población femenina, en general, como ideológicamente más conservadora, más religiosa, menos interesada en la política y más apegada a la familia. Asimismo, el éxito de las mujeres en el terreno laboral, también en términos generales, es inferior al de los hombres en cuanto a salarios, posibilidades de promoción o grado de responsabilidad (número de trabajadores a cargo, por ejemplo).

En todas estas variables la no respuesta no se incluye en el análisis, habiendo comprobado que no se relaciona con el género del entrevistador – tanto para el caso de los ‘no sabe’ como los ‘no contesta’ $p > 0,1$.

El análisis que sigue a continuación examina, en primer lugar, el efecto del sexo del entrevistador(a) sobre la respuesta para cada una de las nueve variables dependientes presentadas en el conjunto de la muestra y en las sub-muestras de encuestados varones y mujeres. Posteriormente, se realiza un análisis multivariado controlando por las características básicas del individuo encuestado tales como sexo, edad, estado civil, situación laboral y nivel de estudios y, finalmente, controlando

⁷ A nivel analítico distinguimos entre sexo y género: el sexo se establece a partir de criterios biológicos y el género, en cambio, a partir de diversas concepciones normativas culturales sobre las actitudes y las actividades apropiadas para cada uno de los sexos (West y Zimmerman, 1987: 127). No obstante, a lo largo del artículo usamos de forma indistinta ambos términos ya que, en el caso de que la variable ‘sexo’ del encuestador o encuestadora tenga cierto impacto sobre la respuesta de los encuestados y las encuestadas, lo hará sobre la base de las construcciones socioculturales que la categoría género incluye.

por la presencia de una tercera persona en el contexto de la encuesta. Se ha descartado mediante los correspondientes análisis la existencia de una interacción entre el género del encuestado y el género del encuestador y entre el sexo del entrevistador y el nivel de estudios del encuestado y por este motivo no se reportan.

Resultados

Las Tablas 2 a 4 presentan las distribuciones bivariadas para cada grupo de ítems según el sexo del entrevistador y desagregadas, a su vez, por el sexo de los entrevistados. La Tabla 2 muestra los resultados para las preguntas sensibles al género, la Tabla 3 para las preguntas neutras y la Tabla 4 para las preguntas de carácter factual. Por último, la Tabla 5 ofrece el coeficiente no estandarizado de la regresión (lineal o logística, en función de la variable dependiente) para el sexo del entrevistador una vez han sido introducidos las variables sociodemográficas de control.

En cuanto al número de horas semanales dedicadas a las tareas domésticas la T de Student indica medias desiguales y significativas al máximo nivel, es decir, no resulta indistinto ser entrevistado por un hombre que por una mujer. En el último caso se reportan muchas más horas de trabajo doméstico. Mientras que la media para el conjunto de la muestra se ubica en las 12,49 horas semanales, este número se reduce a 11,51 cuando se reporta a un hombre y aumenta a 13,68 cuando se reporta a una mujer (véase la Tabla 2). Este efecto se produce tanto en hombres como en mujeres pero es más acusado entre las segundas. La media declarada de horas dedicadas al cuidado del hogar se incrementa de las 15,20 a las 18,46 cuando una mujer es encuestada por otra mujer; en los hombres pasa de 7,54 a 8,83. El efecto se mantiene significativo al máximo nivel para el conjunto de la muestra cuando incluimos en el análisis multivariado los controles sociodemográficos y persiste tanto en la sub-muestra de hombres como en la de mujeres, aunque es más fuerte entre las últimas (véase la Tabla 5).

Por otro lado, comprobamos el efecto que es objeto de este estudio sobre una variable que denota el apoyo a las medidas de discriminación positiva en el ámbito de la representación política. Para el análisis de esta variable se han descartado los casos con la respuesta intermedia ('ni de acuerdo ni en desacuerdo', la categoría que no se lee al realizar la entrevista) para evitar distorsiones en el análisis. Aún así, se conserva un número suficiente de casos para desarrollar el análisis (787 individuos). Las entrevistadoras despiertan una mayor adhesión a las cuotas como medida efectiva para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres. Para el conjunto de la muestra, el grado de acuerdo con las cuotas aumenta del 55,2 al 62,3 cuando un individuo es entrevistado por una mujer. El efecto se centra casi exclusivamente en el grupo de encuestados entre los cuales la discrepancia entre ser entrevistado por un hombre o por una mujer se eleva a los casi once puntos porcentuales. De hecho, el porcentaje de acuerdo de los hombres entrevistados por una mujer con las cuotas es incluso más alto que el observado entre las mujeres entrevistadas por un hombre. Una vez controladas las variables sociodemográficas, el efecto del sexo del entrevistador sigue siendo significativo para el conjunto de la muestra y para el grupo de hombres (véase la Tabla 5).

En lo que se refiere a la percepción de las desigualdades que existen actualmente en Cataluña entre mujeres y hombres, el χ^2 nos indica unas diferencias inter-grupos significativas. En este caso, no es a una entrevistadora a quien se manifiesta un acuerdo más alto con la existencia de desigualdades muy o bastante grandes, sino que es ante los entrevistadores cuando se hace un mayor hincapié en las mismas (véase la Tabla 2). El 55,3 por ciento de los encuestados considera que las diferencias son muy o bastante grandes cuando son entrevistados por un hombre, porcentaje que desciende ligeramente hasta el 47,2 por ciento al responder a una entrevistadora. Además, el efecto del género del entrevistador sobre las respuestas es mayor en las mujeres. En el análisis multivariado se mantiene significativo el efecto del sexo del entrevistado en las respuestas para el conjunto de la muestra y para el grupo de encuestadas (véase la Tabla 5).

Tabla 2.
Preguntas sensibles al género

TAREASDOM: Número de horas empleadas en tareas domésticas (total horas)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Media	13,68	11,51	8,83	7,54	18,46	15,20
<i>N</i>	(489)	(594)	(243)	(286)	(246)	(308)
DT	14,34	10,07	10,46	6,90	15,98	11,10
<i>Total (DT)</i>	12,49 (12,23)		8,13 (8,74)		16,65 (13,57)	
<i>p</i> (T-test)	<0,01		<0,05		<0,01	
CUOTAS: Cuotas efectivas para garantizar la igualdad (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
De acuerdo	62,3	55,2	60,5	49,8	63,9	60,2
En desacuerdo	37,7	44,8	39,5	50,2	36,1	39,8
<i>N</i>	(330)	(457)	(173)	(204)	(157)	(253)
<i>V</i> de Crammer	0,07*		0,10**		0,03	
χ^2	3,858**(gl=1)		4,221**(gl=1)		0,545 (gl=1)	
DESIGUAL: Desigualdades generales entre hombres y mujeres (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Muy/Bast grandes	51,8	55,3	41,6	47,2	54,7	62,6
Peq/Casi inexist.	48,2	44,7	58,4	52,8	45,3	39,4
<i>N</i>	(504)	(599)	(248)	(286)	(256)	(313)
<i>V</i> de Crammer	0,15***		0,12**		0,19***	
χ^2	25,019***(gl=3)		8,103**(gl=3)		21,345*** (gl=3)	

Entr M=Entrevistadora mujer; Entr V=Entrevistador varón.

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$.

En el segundo grupo de preguntas, clasificadas como neutras, ya sea por su contenido o porque se encuentran al inicio de la encuesta, hallamos también un efecto estadísticamente significativo del género del entrevistador sobre las respuestas. La primera variable analizada (a su vez, la primera pregunta de la encuesta) hace referencia a la importancia que se atribuye a la familia. El efecto del sexo del entrevistador en esta variable opera en la siguiente dirección: cuando los individuos son entrevistados por una mujer tiende a atribuírsele una mayor importancia (véase la Tabla 3). La media para los varones aumenta del 9,01 cuando fueron entrevistados por un hombre al 9,33 cuando fue una mujer quien distribuyó la entrevista. Entre las encuestadas, la diferencia es de 0,23 puntos, siendo la media más alta cuando se encontraron con una entrevistadora. Este efecto subsiste al introducir los controles sociodemográficos, tanto para el conjunto de la muestra como para las sub-muestras femenina y masculina (véase la Tabla 5).

En cuanto al grado de interés por la política, el contraste del χ^2 es significativo para el conjunto de la muestra. En la Tabla 3 apreciamos que las entrevistadoras captan unos porcentajes de interés por la política (categorías de 'mucho' o 'bastante') más bajos que sus colegas varones, un 25 frente al 31,5 por ciento. El efecto es especialmente destacado en la sub-muestra de hombres mientras que casi desaparece en las mujeres y sólo es estadísticamente significativo en el primer caso, pese a seguir la misma tendencia. Al ser entrevistados por un hombre, los varones expresan mucho o bastante interés por la política en el 37,4 por ciento de los casos mientras que si se trata de una entrevistadora el interés decrece hasta el 28 por ciento. Con el análisis multivariado descubrimos que el efecto sólo se mantiene significativo ($p < 0,05$) en el grupo de hombres (véase la Tabla 5).

Otra variable que hemos puesto a prueba es la ideología del individuo. En la Tabla 3 observamos que, cuando un hombre realiza la entrevista, los encuestados y encuestadas se posicionan más a la izquierda que cuando la realiza una mujer. La media se desplaza del 4,18 en el primer caso al 4,44 en el segundo. Esta diferencia es estadísticamente relevante para el conjunto de la muestra y para el conjunto de mujeres entrevistadas tras incorporar los controles sociodemográficos (véase la Tabla 5).

En el último bloque de preguntas encontramos variables sociodemográficas que suelen incluirse al final de la encuesta y variables que son factuales, es decir, el individuo simplemente tiene que recordar una acción (o no acción). Veamos qué sucede, por un lado, con el grado de religiosidad de los individuos encuestados. En este caso, χ^2 indica que se producen unas diferencias significativas en la declaración del grado de religiosidad cuando el individuo se encuentra ante un interlocutor masculino o femenino. Como muestra la Tabla 4, las entrevistadoras obtienen sistemáticamente un porcentaje de respuestas superior en las categorías que reflejan la religiosidad practicante o no practicante y, en cambio, el volumen de personas ateas o agnósticas se ve reducido en casi un cuarenta por ciento (del 36,3 al 22,6 por ciento). Los hombres que se declaran religiosos practicantes descienden del 30 al 21,8 cuando son entrevistados por

un hombre y las mujeres, en este mismo caso, pasan del 34,6 al 28,5 por ciento. Las discrepancias en ambas sub-muestras entre los que se declaran no religiosos ante un entrevistador o ante una entrevistadora son todavía mayores. Mientras que el porcentaje más elevado de hombres se ubica en la categoría de religioso no practicante cuando una mujer distribuye la encuesta, la categoría con mayor frecuencia pasa a ser la de no religioso cuando son preguntados por un hombre. Este efecto sobre las respuestas es estadísticamente significativo al máximo nivel tanto en hombres como en mujeres y tras el análisis multivariado persiste en las tres muestras (véase la Tabla 5).

Tabla 3.
Preguntas neutras

IMPFAM: Importancia de la familia (medias)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Media	9,40	9,13	9,33	9,01	9,47	9,24
<i>N</i>	(512)	(608)	(253)	(290)	(259)	(318)
DT	(1,25)	(1,54)	(1,26)	(1,65)	(1,23)	(1,42)
Media total (DT)	9,26 (1,42)		9,16 (1,49)		9,34 (1,34)	
<i>p</i> (T-test)	<0,01		<0,01		<0,01	
INTPOL: Interés por la política (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Mucho/bastante	25,0	31,5	28,0	37,4	22,1	26,2
Poco/nada	75,0	68,5	72,0	62,6	77,9	73,8
<i>N</i>	(508)	(603)	(250)	(286)	(258)	(317)
<i>V</i> de Cramer	0,07**		0,10**		0,05	
χ^2	5,729* (gl=1)		5,343** (gl=1)		1,292 (gl=1)	
IDEOL: Ideología (medias)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Media	4,44	4,18	4,41	4,19	4,48	4,17
<i>N</i>	(457)	(530)	(226)	(248)	(231)	(282)
DT	(2,06)	(1,60)	(2,09)	(1,70)	(2,03)	(1,81)
Media total (DT)	4,30 (1,83)		4,29 (1,90)		4,31 (1,77)	
<i>p</i> (T-test)	<0,01		>0,1		<0,1	

Entr M=Entrevistadora mujer; Entr V=Entrevistador varón.

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$.

Tabla 4.
Preguntas sociodemográficas y factuales

RELIG: Religiosidad (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Religioso/a prac.	32,3	23,4	30,0	21,8	34,6	25,8
Religioso/a no prac.	45,0	40,3	44,4	37,0	45,7	43,4
No religioso/a	22,6	36,3	25,6	41,2	19,7	31,8
<i>N</i>	(504)	(595)	(250)	(284)	(254)	(311)
V de Crammer	0,16***		0,18***		0,15***	
χ^2	26,443*** (gl=2)		14,815*** (gl=2)		12,664*** (gl=2)	
CARGO: Número de personas a cargo en el trabajo (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Ninguno	78,7	71,8	70,7	67,3	86,6	75,5
Uno o más de uno	21,3	28,2	29,3	32,7	13,4	24,5
<i>N</i>	(436)	(385)	(191)	(208)	(194)	(228)
V de Crammer	0,15**		0,14**		0,13**	
χ^2	10,901** (gl=3)		7,808** (gl=3)		7,898** (gl=3)	
ASOC: Asociacionismo (porcentajes)						
	Total muestra		Hombres		Mujeres	
	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V	Entr M	Entr V
Asociado/a	9,6	17,6	8,7	19,7	10,5	15,7
No asociado/a	90,4	82,4	91,3	80,3	89,5	84,3
<i>N</i>	(511)	(607)	(253)	(289)	(258)	(318)
V de Crammer	0,12***		0,16***		0,08*	
χ^2	14,932*** (gl=1)		13,175*** (gl=1)		3,401* (gl=1)	

Entr M=Entrevistadora mujer; Entr V=Entrevistador varón.

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$.

Otra variable factual analizada es el número de subordinados a cargo del individuo entrevistado – reduciendo la muestra a los individuos que trabajan. El efecto del género del entrevistador sobre las respuestas se manifiesta también aquí elevando el porcentaje de encuestados que afirman tener al menos un subordinado del 21,3 al 28,2 cuando la encuesta la distribuye un hombre. El efecto es en este caso mayor entre el grupo de encuestadas donde la diferencia porcentual es de once puntos. Cuando controlamos este efecto por el género del encuestado y por el resto de variables sociodemográficas observamos que éste se concentra básicamente en el grupo de las mujeres, aunque en los hombres también se produce (véase la Tabla 5).

Tabla 5.
Género del entrevistador y variables sociodemográficas

	Total muestra	Hombres	Mujeres
TAREASDOM	1,989*** (0,686)	1,267* (0,755)	3,024*** (1,094)
CUOTAS	0,281** (0,150)	0,436** (0,218)	0,129 (0,211)
DESIGUAL	-0,109** (0,051)	-0,067 (0,072)	-0,141** (0,072)
IMPfam	0,237*** (0,082)	0,266** (0,122)	0,201* (0,109)
INTPOL	-0,089* (0,050)	-0,159** (0,073)	-0,011 (0,069)
IDEOL	0,226* (0,119)	0,173 (0,176)	0,271* (0,162)
CARGO	-0,158*** (0,050)	-0,144* (0,076)	-0,174** (0,067)
RELIG	-0,554*** (0,156)	-0,616*** (0,217)	-0,486** (0,229)
ASOC	-0,638*** (0,190)	-0,939*** (0,273)	-0,311 (0,269)

*** $p < 0,01$ ** $p < 0,05$ * $p < 0,10$.

NOTA: *TAREASDOM*=Número de horas empleadas en tareas domésticas; *CUOTAS*= Cuotas efectivas para garantizar la igualdad; *DESIGUAL*=Desigualdades generales entre hombres y mujeres; *IMPfam*=Importancia de la familia; *INTPOL*=Interés por la política; *IDEOL*=Ideología; *RELIG*=Religiosidad; *CARGO*=Número de personas a cargo en el trabajo; *ASOC*= Asociacionismo. Cada entrada es el coeficiente no estandarizado de la regresión lineal o logística para la variable sexo del entrevistador con el correspondiente error estándar en paréntesis. Los predictores en cada regresión incluían un conjunto de variables relacionadas con el entrevistado(a), como la edad, el estado civil (casado/a=1), la situación laboral (trabaja=1) y el nivel de estudios, así como el sexo para el modelo conjunto (mujer=1).

Finalmente, tanto hombres como mujeres, aunque de forma mucho más pronunciada los primeros, manifiestan ser miembros de alguna organización social en mayor proporción cuando son entrevistados por un hombre. Cuando introducimos las variables de control el efecto del sexo del entrevistador tan sólo pierde significación estadística para la sub-muestra de mujeres (véase la Tabla 5).

Por último, hemos controlado el análisis por el contexto de la entrevista. Se trata de comprobar si el género del entrevistador sigue siendo una variable significa-

tiva cuando una tercera persona está presente. En siete de las nueve variables dependientes seleccionadas, la varianza provocada por el género del entrevistador desaparece cuando un conocido del entrevistado está presente en el contexto de la interacción. En las únicas variables en las que se mantiene son la percepción sobre las desigualdades sociales (DESIGUAL) y el grado de religiosidad (RELIG). Esta situación se produjo en 160 de las entrevistas (el 14,3 por ciento sobre el total). Esta tercera persona suele ser generalmente un familiar del encuestado (76 por ciento de los casos). Los entrevistadores encontraron esta situación en 79 casos y las entrevistadoras en 81.

Discusión y conclusiones

En este estudio hemos comprobado que el género de los entrevistadores produce efectos en las respuestas de los encuestados. El error de no muestreo se introduce tanto en las preguntas sensibles al género como en las preguntas definidas como neutras y en las de carácter factual o sociodemográficas. Este efecto aparece ya desde la primera pregunta del cuestionario, cuando los encuestados desconocen todavía el contenido de la encuesta. La significación estadística del efecto se mantiene cuando se introducen diferentes variables sociodemográficas de control como el sexo, la edad, el nivel educativo, el estado civil y la ocupación.

El análisis realizado no nos permite concluir que el efecto del entrevistador sea mayor para los hombres o para las mujeres, sino que ambos parecen ser igualmente susceptibles al mismo. Algunos de estos efectos son más fuertes en los varones (en las variables ‘Cuotas efectivas para garantizar la igualdad’, CUOTAS, ‘Importancia de la familia, IMPFAM, ‘Interés por la política’, INTPOL, ‘Grado de religiosidad’, RELIG, y ‘Asociacionismo’, ASOC) y otros en las mujeres (en las variables ‘Número de horas empleadas en tareas domésticas’, TAREASDOM, ‘Desigualdades generales entre hombres y mujeres’, DESIGUAL, ‘Ubicación en la escala ideológica’, IDEOL, y ‘Número de personas a cargo en el trabajo’, CARGO). Pero no se identifica, pues, una clara tendencia entre las variables examinadas que admita una explicación basada en el género del encuestado.

Respecto a la discusión de si los encuestados y las encuestadas ofrecen respuestas más igualitarias a las entrevistadoras en lo que a las preguntas sensibles al género se refiere, hemos confirmado, en consonancia con estudios anteriores, que tanto unos como otras tienden a estar más de acuerdo con las cuotas de representación política y declaran dedicar un mayor número de horas a las tareas domésticas cuando la encuesta es distribuida por una mujer. Sin embargo, en cuanto a la percepción de las desigualdades sociales existentes entre hombres y mujeres, entrevistados y entrevistadas se muestran más proclives a considerarlas grandes o muy grandes cuando la encuesta es conducida por un hombre.

En este caso planteamos dos explicaciones tentativas. En primer lugar, dado que en esta variable el efecto del género del entrevistador sobre las respuestas es mayor en las encuestadas, el resultado podría indicar que las mujeres están reivindicando frente a los entrevistadores lo que consideran una injusticia cometida por los hombres en tanto que colectivo, no de forma individual. Esto es, expresarían más

claramente ante los hombres el rechazo al “dividendo patriarcal”, al excedente o ventaja masculina derivada de mantener un orden (social, económico, familiar y político) de género no equitativo (Connell, 2002: 142). En segundo lugar, el resultado sería también coherente con el planteamiento de la elusión de la ofensa social (Groves y Fultz, 1985), ya que siendo una realidad que las mujeres sufren numerosas desigualdades en diferentes ámbitos los encuestados podrían considerar que se trata de un tema delicado y, consiguientemente, las minimizarían ante una mujer.

De hecho, hemos observado en el análisis de las preguntas neutras y las descriptivas-factuales que, ante una entrevistadora, los encuestados expresan un menor interés por la política, una participación asociativa más baja y un trabajo con menos personas a cargo. Simultáneamente, los encuestados se declaran más religiosos, más conservadores (ideológicamente hablando) y conceden mayor importancia a la familia. Así, pues, los encuestados ofrecen aquellas respuestas que se parecen a lo que asocian con los rasgos característicos del entrevistador con el objetivo de no ofenderlo, por lo que parecen ser conscientes de las diferencias en el comportamiento político, el grado de religiosidad o el estatus laboral de mujeres y hombres.

Por otro lado, al efecto del entrevistador sobre las respuestas subyace una dimensión latente que refleja las divisiones sexuadas de los ámbitos público (interés por la cosa pública, participación social, trabajo fuera de casa remunerado) y privado (familia, religión, trabajo en casa no remunerado), asignados socialmente el primero al universo masculino y el segundo al femenino. Se espera que cada sexo desarrolle unos papeles determinados. El género no es una esencia sino una categoría creada y reproducida socialmente que se refuerza con las interacciones cotidianas y con los marcos institucionales mediante los cuales se crean subjetividades y se asignan valoraciones, recursos o tareas. Se trata de una hipótesis de trabajo a desarrollar con mayor profundidad en futuras investigaciones.

Que las variables de expresión de interés por la política así como la auto-identificación ideológica se vean afectadas por el sexo del entrevistador es un resultado ciertamente relevante por tratarse de variables básicas en estudios sociológicos y politológicos. En primer lugar, plantea interrogantes sobre la validez de las series temporales o las comparaciones entre estudios similares pues la población de entrevistadores difiere de un estudio a otro. En segundo lugar, genera dudas acerca de las descripciones de la cultura política de ambos sexos dado que las plantillas de encuestadores han estado tradicionalmente muy feminizadas: ¿hasta qué punto son las mujeres más de derechas y religiosas con los hombres y tienen un interés por la política más bajo?

Finalmente, se ha comprobado que la presencia de una tercera persona hace desaparecer los efectos del género del entrevistador. Esto puede indicar bien que la persona que conoce al entrevistado – normalmente un familiar directo – absorbe toda la potencial deseabilidad social latente en algunas respuestas o, por el contrario, que la presencia de una tercera persona hace que el entrevistado sea fiel a sus preferencias y opiniones reales dado que este familiar (o amigo, o vecino) tiene un conocimiento más o menos aproximado de cuáles son tales actitudes u opiniones.

Vistos los efectos que el género del entrevistador introduce en las respuestas, es recomendable tener en cuenta la distribución de hombres y mujeres en el

equipo de entrevistadores y en la asignación de encuestados y encuestadas a cada entrevistador. En especial, cuando el estudio trate cuestiones sensibles al género, debería garantizarse una presencia paritaria de, por lo menos, el cuarenta por ciento de cualquiera de los dos sexos en el personal de trabajo de campo, sobre todo si se recoge la información a través de encuestas presenciales, donde el efecto del sexo del entrevistador en las respuestas es mayor. Además, para poder aplicar posteriormente el análisis con precisión, es necesario, en la medida de lo posible, que la paridad también se respete en la asignación de encuestadores por tamaños de hábitat con el fin de que la probabilidad de ser entrevistado por un hombre o una mujer sea la misma en todos los estratos. Asimismo, dado que no implica un coste añadido, resulta conveniente incluir la información relativa a las características sociodemográficas básicas de los encuestadores y encuestadoras (como el género, pero también la edad o la nacionalidad) en la matriz de datos ya que así podrían comprobarse los potenciales errores de no muestreo generados de forma involuntaria por el personal encuestador.

Referencias

- Anderson, Barbara A., Silver, Brian D. y Paul R. Abramson (1988). The Effects of Race of Interviewer on Measures of Electoral Participation by Blacks in SRC National Election Studies. *Public Opinion Quarterly*, 52: 52–83.
- Ballou, Janice (1993). He Said/She Said. Vote Choice in the 1992 Presidential Election – Respondent/Interviewer Gender Interaction Effects in Pre-Election Polling. Paper presentado en la 48ª conferencia anual de la American Association for Public Opinion Research, 20–23 de mayo, St. Charles, Illinois, EE.UU.
- Benney, Mark, David Riesman, y Shirley A. Star (1956). Age and Sex in the Interview. *The American Journal of Sociology*, 62 (2): 143–152.
- Belli, Robert F., Traugott, Michael W., Young, Margaret, y Katherine A. McGonagle (1990). Reducing Vote Overreporting in Surveys: Social Desirability, Memory Failure, and Source Monitoring. *Public Opinion Quarterly*, 63: 90–108.
- Catania, Joseph A., McDermott, Lois J. y Lance M. Pollack (1986). Questionnaire Response Bias and Face-to-face Interview Sample Bias in Sexuality Research. *Journal of Sex Research*, 22 (1): 52–72.
- Connell, Raewyn W. (2002). *Gender*. Cambridge: Polity Press.
- Davis, Darren (1997). The Direction of Race of Interviewer Effects among African-Americans: Donning the Black Mask. *American Journal of Political Science*, 41: 309–322.
- Davis, Darren W. y Brian D. Silver (2003). Stereotype Threat and Race of Interviewer Effects in a Survey on Political Knowledge. *American Journal of Political Science*, 47 (1): 33–45.
- Edwards, Rennee y Mark. A. Hamilton (2004). You Need to Understand My Gender Role: An Empirical Test of Tannen's Model of Gender and Communication. *Sex Roles*, 50 (7-8): 491–504.

- Ferreras Soto, María L. y Adoración Núñez Villuendas (2006). Una aproximación a la influencia del género del entrevistador/a en los resultados de encuesta. Ponencia presentada en el IV Congreso de Metodología de Encuestas, 20-22 de septiembre, Universidad Pública de Navarra, Pamplona.
- Finkel, Steven. E., Thomas M. Guterbock, y Marian J. Borg (1991). Race-of-Interviewer Effects in a Preelection Poll: Virginia 1989. *Public Opinion Quarterly*, 55 (3): 313-330.
- Flores-Macias, Francisco y Chappel Lawson (2008). Effects of Interviewer Gender on Survey Responses: Findings From a Household Survey in Mexico. *International Journal of Public Opinion Research*, 20 (1): 100-110.
- Galla, John P., Frisone, John D., Jeffrey, Linda R. y Eleanor P. Gaer (1981). Effect of Experimenter's Gender on Responses to a Sex-Role Attitude Questionnaire. *Psychological Reports*, 49: 935-940.
- Groves, Robert M. y Nancy H. Fultz (1985). Gender Effects among Telephone Interviewers in a Survey of Economic Attitudes. *Sociological Methods and Research*, 14: 31-52.
- Groves, Robert M. y Lou J. Magilavy (1986). Measuring and Explaining Interviewer Effects in Centralized Telephone Surveys. *Public Opinion Quarterly* 50: 251-266.
- Groves, Robert M., Floyd J. Fowler, Mick P. Couper, James M. Lepkowski, Eleanor Singer y Roger Touangeau (2004). *Survey Methodology*. Hoboken, New Jersey: Wiley, capítulo 9.
- Holbrook, Allyson L., Melanie C. Green y Jon A. Krosnick (2003). Telephone versus Face-to-Face Interviewing of National Probability Samples with Long Questionnaires: Comparisons of Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias. *Public Opinion Quarterly*, 67: 79-125.
- Huddy, Leonie, Joshua Billig, John Bracciodieta, Lois Hoeffler, Patrick J. Moynihan y Patricia Pugliani (1997). The Effect of Gender on the Survey Response. *Political Behavior*, 19 (3): 197-220.
- Johnson, Timothy P. y Robert M. Moore (1993). Gender Interactions between Interviewer and Survey Respondents: Issues of Pornography and Community Standards. *Sex Roles*, 28 (5-6): 243-261.
- Kane, Emily W. y Laura J. Macaulay (1993). Interviewer Gender and Gender Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 57 (1): 1-28.
- Karp, Jeffrey A. y David Brockington (2005). Social Desirability and Response Validity: A Comparative Analysis of Over-Reporting Voter Turnout in Five Countries. *The Journal of Politics*, 67: 825-840.
- Martin, Byran y Martin Johnson (2007). Social Sanctions and Stylized Political Conversation: Do Interviewers Penalize Deviant Survey Respondents?. Paper presentado en la conferencia anual de la Southern Political Science Association, 3-7 de enero, New Orleans, Louisiana, EE.UU.
- Presser, Stanley y Linda Stinson (1998). Data Collection and Social Desirability Bias in Self-Reported Religious Attendance. *American Sociological Review*, 63 (1): 137-145.

- Schuman, Howard y Jean M. Converse (1971). Effects of Black and White Interviewers on Black Response in 1968. *Public Opinion Quarterly*, 35: 44–68.
- Streb, Matthew J., Burrell, Barbara, Frederick, Brian y Michael A. Genovese (2008). Social Desirability Effects and Support for a Female American President, *Public Opinion Quarterly*, 72 (1): 76–89.
- West, Candace y Don H. Zimmerman (1987). Doing Gender. *Gender and Society*, 1 (2): 125–151.
- Zaller, John y Stanley Feldman (1992). A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preference, *American Journal of Political Science*, 36 (3): 579–616.

Anexo: Variables utilizadas

Estudio *Diferencias entre hombres y mujeres en los ámbitos familiar, social, económico y político*. Centre d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya (CEO). Junio-septiembre de 2008.

- V1. ¿Podría decirme qué importancia tiene en su vida la familia, en una escala del 0 al 10, donde el 0 es 'nada importante' y el 10 'muy importante'?
- V5. ¿Cómo calificaría Ud. las desigualdades que existen actualmente entre hombres y mujeres en Cataluña: muy grandes, bastante grandes, pequeñas o casi inexistentes?
- V35. ¿Cuántas personas tiene o tenía a su cargo en el trabajo: Ninguna, de 1 a 5, de 6 a 20, más de 20?
- V42. Aproximadamente, ¿cuántas horas, a la semana, dedica Ud. personalmente a las tareas domésticas, sin incluir el cuidado de los hijos/as ni de personas dependientes?
- V104. Las cuotas son una medida efectiva para garantizar la igualdad en la representación. ¿Está Ud. más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo con esta afirmación?
- V109. ¿Me podría decir si a Ud. la política le interesa mucho, bastante, poco o nada?
- V110. Cuando se habla de política normalmente se utilizan las expresiones izquierda y derecha. Si Ud. se tuviese que situar en una escala del 1 al 10, donde el 1 es extrema izquierda y el 10 es extrema derecha, ¿en qué punto se situaría Ud.?
- V113. ¿Pertenece a alguna asociación/organización social/grupo local?
- V126. Desde el punto de vista religioso, ¿Ud. se considera...católico/a practicante, católico/a no practicante, otras religiones practicante, otras religiones no practicante, agnóstico/a o no creyente?