

REFLEXIÓN SOBRE EL USO DEL CUESTIONARIO DE HÁBITOS SOCIALES¹

Sergio Alonso Lopera Medina

Escuela de Idiomas
Universidad de Antioquia (UdeA)
Medellín, Colombia
sergio.lopera@udea.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

El cuestionario de hábitos sociales (*Discourse Completion Test –DCT*) ha sido un instrumento de recolección de información reconocido en el campo de la cortesía lingüística (Blum-Kulka, 1982; Blum-Kulka, House y Kasper, 1989). Aunque este instrumento ha sido de gran ayuda en las investigaciones lingüísticas, algunos cuestionan su validez. Conocer las ventajas y el proceso de diseño y análisis del cuestionario de hábitos sociales es de vital importancia en los contextos de investigación lingüística. Esta nota aborda algunos postulados acerca de la importancia del uso de los cuestionarios de hábitos sociales en las investigaciones lingüísticas. También, se hace una ilustración con el acto de habla de los cumplidos como una forma de validar su uso.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Cuestionarios de hábitos sociales

Hernández Flores (2003) argumenta que el cuestionario de hábitos sociales se utiliza para preguntar a los participantes sobre un comportamiento lingüístico en particular y usualmente se hace en forma escrita. Se pueden hacer preguntas de dos tipos: de opiniones y de

¹ Esta reflexión es producto de la investigación “Análisis sociolingüístico y pragmático de los cumplidos en una población universitaria en Medellín, Colombia”. La investigación es apoyada por el Programa de Estrategia de Sostenibilidad de Grupos de Investigación de la Universidad de Antioquia 2013-2014.

situaciones concretas. En el primer caso, las preguntas van encaminadas a pedir opiniones sobre un fenómeno lingüístico específico, tal como lo es la cortesía. En el segundo tipo se pide a los participantes que escriban lo que dirían en determinadas situaciones que incluyen algunos actos comunicativos, tales como los agradecimientos, disculpas, cumplidos, entre otros. Estos cuestionarios pueden ser muy útiles ya que dan muestra del comportamiento social compartido por un grupo o población determinada con relación a sus creencias o actitudes, y son una herramienta válida como instrumento metodológico para acercarse a un fenómeno lingüístico en particular (Bravo, 2004; Kasper, 2000). Sin embargo, Bravo (2004) y Hernández Flores (2003) sostienen que los datos recogidos usando estos tipos de instrumentos no se podrían considerar como datos reales sino como información metapragmática y serían especialmente útiles en la etapa inicial de indagación, ya que brindan información de base para plantear hipótesis acerca de un fenómeno de cortesía en cuestión.

Por otro lado, Murillo (2008) sostiene que los cuestionarios de hábitos sociales escritos dan evidencias del fenómeno lingüístico en cuestión pero podrían presentar algunas interferencias a nivel de estructuras gramaticales, léxicas o discursivas tales como el uso de los marcadores. Otro posible contexto de interferencia sería el uso guiado de los pronombres de tratamiento. Si el enunciado de la situación propuesta al hablante contiene el pronombre de tratamiento *usted*, el usuario tendería a usarlo en su respuesta. Finalmente, el autor propone que si se desea tener respuestas sociopragmáticas, el cuestionario debe dar elementos contextuales que guíen más específicamente las respuestas.

Murillo (2008) propone que si en el cuestionario de hábitos sociales se pretende recolectar información de índole socio-pragmática, entonces se deben incluir algunos elementos contextuales en las situaciones hipotéticas para que las respuestas sean veraces en una cultura determinada. Para esto, el autor propone el concepto de *etnolecto* en el plano lingüístico contextual como una noción abstracta. Así, la aplicación del cuestionario podría dar muestra de las características de los etnolectos para realizar trabajos de comparación y contraste con otros etnolectos. Sin embargo, es importante utilizar un instrumento de recolección de información alternativo para darle validez al cuestionario de hábitos sociales. De hecho, Kasper

(2000) sostiene que uno de los métodos ideales para investigar es el diario de campo o toma de notas.

Finalmente, otro elemento importante que menciona Murillo (2008) es el nivel terminológico del instrumento de recolección de hábitos sociales ya que hay tres tipos de nombres que hacen referencia a este mismo objeto: test, cuestionario o encuesta. El autor sostiene que aun en una misma investigación se pueden encontrar estos tres nombres en un mismo trabajo. Con relación al nombre test, este se usa principalmente en el área de la psicología y se podría definir como una prueba estandarizada que busca ubicar a un individuo en una escala general de población. Por otro lado, estos tests han sido utilizados en la lingüística pero con unas especificaciones puntuales. No obstante, basado en la tipificación de los cuestionarios (López Morales, 1994), en la descripción detallada de estos (Kasper, 2000) y para evitar extranjerismos, Murillo (2008) favorece el nombre de *cuestionario de hábitos sociales* y es el término que se adopta en esta reflexión.

2.2 Los cumplidos

Los cuestionarios de hábitos sociales se pueden utilizar para recolectar información en los actos de habla. De hecho, diferentes investigadores han recolectado información del acto de habla de los cumplidos en sus investigaciones (Choi, 2008; Lopera, 2014, 2015; Mulo, 2014; Payne, 2013; Placencia y Fuentes, 2013). Debido, también, a que los cumplidos han sido categorizados por diferentes autores (Bustos, 2007; Campo y Zuluaga, 2000; Jucker, 2009; Lopera, 2014; Manes y Wolfson, 1981; Rees-Miller, 2011), el cuestionario de hábitos sociales puede incluir la siguiente temática:

Apariencia: el hablante emite una expresión positiva del físico de su interlocutor: “¡Uy, cómo estás de bonita!”

Poseción: el hablante emite una expresión positiva de algo que posee su interlocutor: “¡Qué computador tan bacano!”

Habilidad: el hablante emite una expresión positiva de destreza de su interlocutor: “Sos calidoso pa’ jugar”.

3. ELEMENTOS CONTEXTUALES EN LOS CUESTIONARIOS DE HÁBITOS SOCIALES

Como lo afirma Murillo (2008), el cuestionario de hábitos sociales debe incluir elementos contextuales pertenecientes a una cultura determinada. De hecho, en una práctica investigativa realizada en Medellín, Colombia, Lopera (2014) incluyó algunos elementos contextuales en las situaciones hipotéticas de la temática de los cumplidos que se describió previamente:

- **Cumplido de posesión:** “Usted se encuentra con un amigo o compañero en la cafetería y nota que tiene un nuevo computador portátil de última generación. Si deseara halagarlo, ¿qué le diría?” Los participantes produjeron con mayor frecuencia las siguientes respuestas:
 - ¡Ah, qué computador tan bacano!*
 - ¡Qué nota de computador!*
 - ¡Uy!, ¿estrenando?, ¡qué buenol ¿Qué características tiene?*
 - Está muy bacano tu portátil.*
 - ¡Oh! ¿Es tuyo? ¡Qué lindo! ¿Cuánto te costó?...*

- **Cumplido de apariencia:** “Usted se da cuenta que un amigo o compañero tiene un nuevo motilado (corte de cabello) y nota que le queda bien. Si deseara halagarlo, ¿qué le diría?” Los participantes produjeron con mayor frecuencia las siguientes respuestas:
 - ¡Wau!, ¡qué look!, ¡te quedó muy bien tu motilado!*
 - Te queda muy bonito el cambio de look.*
 - ¡Qué lindo quedaste!, ¡te luce!*
 - ¡Cómo quedaste de bonito!*
 - ¡Hey viejo!, ¿cuándo te motilaste?; ¡te quedó muy poderoso, mero look!*

- **Cumplido de habilidad física:** “Usted nota que su amigo o compañero tiene gran habilidad para hacer deporte. Si deseara halagarlo, ¿qué le diría?” Los participantes produjeron con mayor frecuencia las siguientes respuestas:
 - Eres un teso para el deporte, te felicito.*
 - ¡Uff, qué calidoso sos pa' jugar!*

¡Qué tesa!
¡Uy! Viejo, sos mero teso.
¡Qué bien juegas!

Haciendo el análisis lingüístico de las muestras anteriores se observa el uso frecuente de oraciones exclamativas (*qué nota de computador, qué lindo quedaste, qué tesa*), interjecciones (*oh, uy, ah*) y adverbios que intensifican (*muy, tan*). También, se observa un conjunto de preguntas (en ocasiones retóricas) que tienen como fin afiliarse al interlocutor (*¡Uy!, ¿estrenando? ¡Qué bueno! ¿Qué características tiene? ¡Hey viejo!, ¿cuándo te motilaste?; ¡te quedó muy poderoso, mero look!*). Finalmente, se nota un uso frecuente de lenguaje coloquial (*teso, calidoso, viejo*) en los cumplidos.

4. FORMAS DE VALIDAR EL CUESTIONARIO DE HÁBITOS SOCIALES

Una de las formas de validar el cuestionario es a través de una pre-prueba o pilotaje del instrumento antes de su aplicación oficial (López Morales, 1994). Este pilotaje ayuda no solo a evaluar el diseño de las preguntas y la redacción, sino también a observar la reacción del encuestado, su participación y el tiempo estimado que toma. Es importante anotar que el investigador debe anunciar a sus colaboradores el objetivo del pilotaje y que los encuestados pueden hacer cualquier tipo de observación con relación al diseño. También, se deben tomar informantes de diferentes profesiones, edades, género, clases socioeconómicas (si aplican las variables anteriores) para darle solidez al pilotaje. En el pilotaje que se hizo con el cuestionario de hábitos sociales sobre los cumplidos que se mencionó previamente, participaron doce personas de diferentes niveles académicos, estratos sociales² y género: dos secretarías de estrato social tres; cuatro estudiantes de pregrado —dos hombres y dos mujeres de estrato dos—; cuatro profesores investigadores con maestría —dos hombres y dos mujeres de estrato cuatro— y dos profesores investigadores con doctorado —una mujer de estrato cinco y un hombre de estrato cuatro—. Los informantes tomaron entre diez y quince minutos para responder la encuesta; no hubo

² En Colombia oficialmente se establece un sistema socioeconómico que comprende seis estratos, siendo 1 las personas de más bajo recurso económico y 6 las de más alto recurso económico.

reacciones negativas y la llenaron con facilidad. Solo dos encuestados hicieron la observación de dejar un mayor espacio para responder a las situaciones de los cumplidos. Esto ayudó al investigador a corroborar que las encuestas tenían un buen diseño. Para finalizar, es importante resaltar que las encuestas incluían un apartado de información demográfica donde se les pedía a los informantes que marcaran o completaran información personal (género, ocupación, estrato socioeconómico, nivel académico, entre otros). Esto ayuda al análisis de variables.

Por otro lado, las encuestas se pueden analizar utilizando un programa computacional lingüístico. Algunos programas ofrecen diferentes herramientas lexicográficas que sirven para clasificar y analizar la información y permiten hacer una observación cualitativa de la información (Cratilo, Nvivo, Atlas.ti, entre otros). Con el uso de alguno de estos programas, el investigador puede hacer un seguimiento de frecuencias léxicas en contextos determinados. También, el investigador puede obtener información estadística de los cuestionarios. El uso de estos programas les brinda confiabilidad a los resultados.

Finalmente, los resultados del cuestionario se pueden validar a través del uso de un instrumento alternativo. Por ejemplo y como lo expresa Murillo (2008), tomar nota de los cumplidos que aparecen en programas televisivos o radiales de la ciudad donde se aplicó el cuestionario podría ser muy útil. Las muestras de los cumplidos que aparecen en estos programas se pueden comparar y contrastar con las muestras obtenidas en el cuestionario de hábitos sociales. El uso de un instrumento alternativo triangula los resultados.

5. CONCLUSIONES

Existe controversia acerca del uso de los cuestionarios de hábitos sociales debido a que no reflejan los datos reales de una investigación. Además, los participantes podrían interpretar una situación que se presenta en el cuestionario como poco habitual y sus respuestas no serían las más naturales. Sin embargo, el cuestionario de hábitos sociales es una herramienta que permite recolectar una gran cantidad de información en un tiempo corto. Además, el cuestionario permite analizar los modelos o patrones de respuestas que ocurren en conversaciones espontáneas de una sociedad determinada. De hecho, el análisis lingüístico del cuestionario de hábitos

sociales de los cumplidos permitió establecer que los informantes utilizan elementos exclamativos, interjecciones, adverbios, preguntas retóricas y lenguaje coloquial. Si se desea triangular la información, se puede utilizar un instrumento alterno que ayude a comparar y contrastar los resultados de los cuestionarios. Para obtener confiabilidad de los resultados, se puede utilizar un programa computacional que ayude a clasificar y analizar la información. Creemos que esta reflexión puede ser de gran ayuda para las futuras investigaciones cualitativas en donde se pretende aplicar un cuestionario de hábitos sociales.

REFERENCIAS

- Blum-Kulka, S. (1982). Learning to say what you mean in a second language: A study of the speech act performance of learners of Hebrew as a second language. *Applied Linguistics*, 3, 29-59.
- Blum-Kulka, S., House, J. y Kasper, G. (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Norwood, NJ: Ablex.
- Bravo, D. (2004). Tensión entre universalidad y relatividad en la teoría de la cortesía. En D. Bravo y A. Briz (coords.), *Pragmática sociocultural: Estudios sobre el discurso de la cortesía en español* (pp. 15-38). Barcelona: Ariel.
- Bustos, J. (2007). Cumplidos. *CÍRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación (Clac)*, 31, 3-12. Disponible: <http://www.ucm.es/info/circulo/no31/bustos.pdf>
- Campo, E. y Zuluaga, J. (2000). Complimenting: A matter of cultural constraints. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 2(1), 27-41.
- Choi, J. (2008). *Pragmática intercultural: El acto de habla del cumplido en las culturas española y coreana* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.

- Hernández Flores, N. (2003). Los tests de hábitos sociales y su uso en el estudio de la cortesía: Una introducción. En D. Bravo (coord.), *Actas del primer coloquio del programa EDICE. La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: Identidad sociocultural de las comunidades hispanohablantes* (pp. 186-197). Universidad de Estocolmo, Suecia.
- Jucker, A. (2009). Speech act research between armchair, field and laboratory: The case of compliments. *Journal of Pragmatics*, 41(8), 1611-1635.
- Kasper, G. (2000). Data collection and pragmatic research. En H. Spencer-Oatey (coord.), *Culturally speaking. Managing rapport through talk across cultures* (pp. 316-341). Londres: Continuum.
- Lopera, S. (2014). El uso del lenguaje coloquial en los cumplidos en una población universitaria. *Lingüística y Literatura*, 66, 89-103.
- Lopera, S. (2015). Estrategia de respuestas en los cumplidos. *Tonos Digital*, 29, 1-31.
- López Morales, H. (1994). *Métodos de investigación lingüística*. Salamanca: Colegio de España.
- Manes, J. y Wolfson, N. (1981). The compliment formula. En F. Coulmas (coord.), *Conversational routine: Explorations in standardized communication situations and prepatterned speech* (pp. 116-132). La Haya, Países Bajos: Mouton. Recuperado: <http://www.carla.umn.edu/speechacts/compliments/american.html>
- Mulo, B. (2014). Face-enhancing strategies in compliment responses by Canadian university students. *International Journal of Linguistics*, 6(3), 53-69.
- Murillo, J. (2008). Sobre la metodología de investigación en estudios sobre el discurso de la cortesía: A propósito del empleo de cuestionarios de hábitos sociales. En A. Briz, A. Hidalgo, M. Albelda, J. Contreras y N. Hernández Flores (coords.), *Actas del tercer coloquio del programa*

EDICE. *Cortesía y conversación: De lo escrito a lo oral* (pp. 53-70).
Universitat de València, España.

Payne, S. (2013). Compliment responses of female German and Italian university students: A contrastive study. *Language Studies Working Papers*, 5, 22-31.

Placencia, M. y Fuentes, C. (2013). Cumplidos de mujeres universitarias en Quito y Sevilla: Un estudio de variación pragmática regional. *Sociocultural Pragmatics. An International Journal of Spanish Linguistics*, 1(1), 100-134.

Rees-Miller, J. (2011). Compliments revisited: Contemporary compliments and gender. *Journal of Pragmatics*, 43, 2673-2688.

