

LA TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN MEDIANTE LOS GRUPOS FOCALES

Miguel Aignerén

Abstract

Interviews achieved through the strategy of focus groups are intended to record how a group participants developed their reality and experience. Like any communication act always has a context (cultural, social), then the investigator must give priority to the understanding of these communicative contexts and its different forms. This type of interview is open and structured group: usually takes the form of a group conversation, in which the researcher raises some issues - questions associated with some background to guide the direction of the same, according to research purposes. In this respect, it differs from a colloquial conversation because the investigator posed previously themes and, if applicable, the topic is not exhausted by returning again and again since capturing interested in depth the various views on Case discussed

Resumen

Las entrevistas logradas mediante la estrategia de grupos focales tienen como propósito registrar cómo los participantes elaboran grupalmente su realidad y experiencia. Como todo acto comunicativo tiene siempre un contexto (cultural, social), entonces el investigador debe dar prioridad a la comprensión de esos contextos comunicativos y a sus diferentes modalidades. Esta modalidad de entrevista grupal es abierta y estructurada: generalmente toma la forma de una conversación grupal, en la cual el investigador plantea algunas temáticas - preguntas asociadas a algunos antecedentes que orientan la dirección de la misma, de acuerdo con los propósitos de la investigación. En este sentido, se diferencia de una conversación coloquial porque el investigador plantea, previamente las temáticas y, si

es el caso, el tópic no se da por agotado retornando nuevamente una y otra vez ya que interesa captar en profundidad los diversos puntos de vista sobre el asunto discutido.

¿QUE SE ENTIENDE POR GRUPOS FOCALES?

Hay muchas definiciones en la literatura especializada, sin embargo las principales están asociadas a la idea de grupos de discusión organizados alrededor de una temática. Todas ellas, de alguna manera, localizan metodológicamente hablando, el objeto y objetivos de los grupos focales en la contribución que hacen al conocimiento de lo social. En nuestro medio, esta metodología es asociada erróneamente a modalidades de talleres participativos, o a ciertas modalidades de interacción social al interior de grupos sociales.

Korman¹ define un grupo focal como: *"una reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación"*. Erróneamente, los grupos focales generalmente son considerados una modalidad de talleres participativos por lo cual es importante hacer una distinción entre ellos. Los talleres participativos implican la participación de un número de personas y el énfasis está puesto en el desarrollo de unas preguntas y unas respuestas entre los talleristas y los participantes. En cambio, los grupos focales requieren de procesos de interacción, discusión y elaboración de unos acuerdos dentro del grupo acerca de unas temáticas que son propuestas por el investigador. Por lo tanto el punto característico que distingue a los grupos focales es la participación dirigida y consciente y unas conclusiones producto de la interacción y elaboración de unos acuerdos entre los participantes.

¹ Korman, Hyman. The Focus Group Sensign. Dept. Of Sociology, SUNY at Stony Brook. New York. 1986.

Robert Merton, en su artículo "La entrevista focalizada"² define los parámetros para el desarrollo de grupos focales: "Hay que asegurar que los participantes tengan una experiencia específica u opinión sobre la temática o hecho de investigación; requiere de un guión de funcionamiento que reúna los principales tópicos a desarrollar – hipótesis o caracterizaciones - y que la experiencia subjetiva de los participantes sea explorada con relación a las hipótesis investigativas".

Las entrevistas logradas mediante la estrategia de grupos focales tienen como propósito registrar cómo los participantes elaboran grupalmente su realidad y experiencia. Como todo acto comunicativo tiene siempre un contexto (cultural, social), entonces el investigador debe dar prioridad a la comprensión de esos contextos comunicativos y a sus diferentes modalidades. Esta modalidad de entrevista grupal es abierta y estructurada: generalmente toma la forma de una conversación grupal, en la cual el investigador plantea algunas temáticas - preguntas asociadas a algunos antecedentes que orientan la dirección de la misma, de acuerdo con los propósitos de la investigación. En este sentido, se diferencia de una conversación coloquial porque el investigador plantea, previamente las temáticas y, si es el caso, el tópico no se da por agotado retornando nuevamente una y otra vez ya que interesa captar en profundidad los diversos puntos de vista sobre el asunto discutido.

Esto permite que la entrevista³, bajo esta modalidad grupal, se convierta también en un real intercambio de experiencias ya que habitualmente cuando un entrevistado percibe que su interlocutor tiene una experiencia o una vivencia similar o conocimientos sobre el tema reacciona positivamente; en síntesis, esta situación comunicacional retroalimenta su interés por el tema. La idea es que mediante esta estrategia, efectivamente se logre, la clave de una buena entrevista, la cual estriba en gran parte en que se pueda despertar-estimular un interés en el entrevistado sobre el tema.

² MERTON, R. K. The Focused Interview. ARJ N° 51. 541 – 559. New York. 1946

³ Una entrevista es una forma de comunicación verbal con diversos grados de estructuración y formalidad. Puede variar desde una conversación coloquial, desarrollarse a través de una guía de entrevista en forma individual o colectiva hasta un cuestionario estructurado



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

ceo@carios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775

El desarrollo del grupo focal se inicia desde el momento mismo que se elabora un guión de temáticas-preguntas, o diferentes guías, según las condiciones y experiencias personales de los entrevistados; de esta manera se puede tener la posibilidad de efectuar una exploración sistemática aunque no cerrada. Las temáticas deben formularse en un lenguaje accesible al grupo de entrevistados y el orden o énfasis en las mismas pueden alterarse según la personas, las circunstancias y el contexto cultural. Si bien la estructuración de una entrevista puede variar, el investigador debe tener una posición activa, vale decir, debe estar alerta y perceptivo a la situación.

De otra parte, es conveniente explicar suficiente y adecuadamente el propósito de la reunión, e insistir en la necesidad de que el participante utilice sus propios conocimientos, experiencias y lenguaje. Así mismo, se debe explicar el contenido y objetivos de cada una de las temáticas - preguntas. Se sugiere aclarar el sentido de tomar notas, grabar o filmar las intervenciones.

Una buena sesión de trabajo debe generar una relación activa entre el equipo investigador representado por él que hace el papel de moderador y los participantes. Sabido es, que en el curso de la misma se pueden presentar diversos tipos de comportamientos, por ejemplo salir a luz actitudes y sentimientos (afectos, desafectos, prejuicios, hostilidad, simpatías, etc.) entre los interlocutores, fenómenos de transferencia o de contra - transferencia entre los mismos. Unos y otros pueden influir considerablemente en los acuerdos que se buscan. Esta situación es prácticamente inevitable, pero bien manejada puede contribuir a conformar un clima favorable para lograr una mayor profundidad en la información.

El moderador debe confrontar uno o varios de los participantes sobre un asunto previamente conocido, para explorar sobre cierto tipo de información o discutir en el grupo las posiciones de personas ajenas pero que tienen cierta representatividad o cuyas opiniones son dignas de tomar en cuenta.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN

ceo@carios.udea.edu.co

<http://ceo.udea.edu.co>

Ciudad Universitaria Bloque 9-252 Telefax: 2105775

Esta modalidad de elaborar una información es la conocida como **técnica de grupos focales** que entre sus grandes logros permite una aproximación y discusión relativamente rápida y multidimensional de una temática. Por lo regular, un moderador conduce la discusión, mientras que otro que generalmente hace el papel de “relator” tomando atenta nota del comportamiento global del grupo, en términos de reacciones, actitudes, formas de comunicación no verbal, etc. En este caso, es posible que en el diálogo se teja una nueva versión que pueda contrastar con la que individualmente se presentaría al investigador.

En síntesis, la investigación social que se apoya en la técnica de grupos focales requiere de la implementación de una metodología de talleres o reuniones con un grupo escogido de individuos con el objetivo de obtener información acerca de sus puntos de vista y experiencias sobre hechos, expectativas y conocimientos de un tema. Es un grupo de discusión teóricamente artificial que empieza y termina con la conversación, sostenida, o con la reunión. Estos grupos no son tal ni antes ni después de la discusión. Su existencia se reduce a la situación objeto del estudio, en efecto, realiza una tarea, Su dinámica, en ese sentido, se orienta a producir algo y existe por y para ese objetivo. El grupo instaura un espacio de “opinión grupal”. En él, los participantes hacen uso del derecho de omitir opiniones que quedan reguladas en el intercambio grupal. Esto es lo esencial de su carácter artificial ya que el investigador los reúne y constituye como grupo. En un proyecto bien diseñado, un mínimo de una sesión con dos diversos grupos se recomienda. Esto elimina al sesgo, permitiendo comparaciones.

¿PORQUÉ UTILIZAR LAS TÉCNICAS DE GRUPOS FOCALES?

El principal propósito de la técnica de grupos focales en la investigación social es lograr una información asociada a conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias que no serían posibles de obtener, con suficiente profundidad, mediante otras técnicas tradicionales tales como por ejemplo la observación, la entrevista personal o la encuesta social. Estas actitudes, sentimientos y creencias pueden ser parcialmente independientes de un grupo o su contexto social, sin embargo son factibles de ser reveladas por medio de una interacción colectiva que puede ser lograda a través de un grupo focal. Comparada con la entrevista personal, la cual tiene como objetivo obtener información individualizada acerca de actitudes, creencias y sentimientos; los grupos focales permiten obtener múltiples opiniones y procesos emocionales dentro de un contexto social. Sin embargo, una de las ventajas de la entrevista personal, la de un mayor control sobre el informante, se convierte en desventaja para el investigador en un grupo focal, debido a que los participantes pueden tomar la iniciativa y la conducción de la discusión y ocultar esa opinión individual tan valiosa.

Comparado con la técnica tradicional de la observación científica, un grupo focal permite al investigador obtener una información específica y colectiva en un corto período de tiempo. Sabemos que la metodología de la observación tiende a depender más del desarrollo de los acontecimientos, en cambio en el grupo focal el investigador recrea, genera o precipita una dinámica al desarrollar un guión de discusión a partir de las temáticas - preguntas. En este sentido los grupos focales no son naturales sino organizados.

EL PAPEL DE LA TÉCNICA DE LOS GRUPOS FOCALES EN LA INVESTIGACIÓN.

Los grupos focales pueden ser usados en las etapas preliminares o exploratorias de un estudio, también son de gran utilidad para evaluar, desarrollar o complementar un aspecto específico de dicho estudio o también cuando se ha finalizado para evaluar su impacto o para producir nuevas líneas de investigación. Ellos pueden ser usados como una técnica específica de recolección de información o como complemento de otras especialmente en las técnicas de triangulación y validación.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA TÉCNICA DE GRUPOS FOCALES

Korman⁴, argumenta que la interacción social es una característica fundamental de los grupos focales ya que la dinámica creada entre los participantes permite resaltar y rescatar su concepción de su realidad, sus vivencias, su lenguaje cotidiano, sus valores y creencias acerca de la situación en que viven. La interacción también permite a los participantes preguntarse uno a otros y reconsiderar sus propios puntos de vista sobre sus experiencias específicas. Pero más que eso, consiste en traducir vivencias, experiencias, creencias y costumbres propias de una subcultura al lenguaje de una cultura total de la cual la primera forma parte.

La principal ventaja de la investigación a través de los grupos focales es la de obtener una descripción global de los conocimientos, actitudes y comportamientos sociales de un colectivo social y la forma en que cada individuo es influenciado por otro en una situación de grupo.

⁴ Ídem pag. 4

Otra ventaja es que permiten analizar y seleccionar la información de una manera tal que ayuda a los investigadores a encontrar cual es el asunto importante y cual no lo es, cuál es el discurso real y cual el ideal. Como resultado, la brecha existente entre **lo que la gente dice y lo que hace** puede ser mejor entendida. Sus múltiples comprensiones y significados son revelados por los participantes, en consecuencia las múltiples explicaciones de sus conductas y actitudes serán mas rápidamente reelaboradas y comprendidas por parte de los investigadores.

La participación en un grupo focal tiene innumerables ventajas tanto desde el punto de vista cognitivo como desde lo psicológico. La oportunidad de ser parte de un proceso participativo, decisorio, de ser considerados como “conocedores” y la principal, ser parte del trabajo investigativo puede ser un elemento que favorece la autoestima y el desarrollo de un grupo. Si un grupo logra conformarse tanto en su parte funcional como social, podrá explorar interpretaciones y soluciones a problemas particulares que no podrían ser ni analizados ni solucionados por sujetos aislados, ya que individualmente puede ser muy intimatorio. Son extremadamente útiles, en situaciones cuando los participantes están comprometidos en algo que ellos creen importante pero que las condiciones objetivas no permiten, lo que facilita proceso de conciliación, de intereses comunes y búsqueda de soluciones negociadas.

Los grupos focales son particularmente útiles para dirimir diferencias cuando existen fuertes discrepancias, por ejemplo, entre los participantes o beneficiarios y los planificadores o coordinadores de un programa; también lo son cuando es imposible prescindir del lenguaje cotidiano y la cultura de un grupo particular de interés para un estudio, e igualmente cuando se necesita explorar el nivel de consenso o de disenso en un contexto social dado.

Tradicionalmente, la técnica de grupos focales, ha sido utilizada en estudios asociados con la medición de los niveles de satisfacción de usuarios, consumidores o clientes de servicios. En esta situación, los usuarios pueden convertirse en un medio institucionalizado para mejorar o cambiar los servicios. Por ejemplo, los pacientes de un servicio de salud fueron invitados a dar sus opiniones acerca de los servicios recibidos y a dar ideas de cómo mejorarlos. Posteriormente se hizo público que los cambios realizados eran resultado directo de las opiniones de los usuarios, lo cual generó una nueva y más amable atmósfera corporativa.

Esta técnica es de gran ayuda en la fase exploratoria de generación de hipótesis en un estudio de mayor envergadura. La técnica de grupos focales es sin embargo, limitada en términos de su capacidad para generar resultados representativos principalmente porque el número de participantes es relativamente pequeño y no representativo.

Aunque la técnica de los grupos focales tiene muchas ventajas, también tiene sus grandes limitaciones. Unas pueden ser evitadas mediante un cuidadoso trabajo de planificación y un habilidoso moderador, sin embargo, otras son inevitables y propias de esta técnica. El investigador en su rol de moderador en el grupo de discusión, por ejemplo, tiene menos control sobre la validez y confiabilidad de las conclusiones producidas que en otras técnicas de recolección de información. Es condición necesaria que el moderador deba crear un ambiente de comunicación entre los participantes que permita a los participantes hablar entre sí, hacer preguntas, expresar dudas y opiniones, el problema es como lograr, pese al limitado control sobre la interacción, mantener el hilo conductor sobre la temática y que la elaboración conceptual y operativa no sea desbordada por factores ideológicos, políticos o existenciales a los participantes interesados en la temática.

Otra desventaja es que por su propia naturaleza la técnica de los grupos focales es de difícil planificación en lo que respecta a: el manejo del tiempo en el desarrollo de los tópicos a tratar y el logro de acuerdos o conclusiones colectivas representativas.

Y, ya que estamos hablando de conclusiones colectivas, no se debería asumir que los individuos en un grupo focal estén expresando sus propios puntos de vista. Ellos están hablando en un contexto específico dentro de una cultura específica y por eso puede ser difícil para los investigadores identificar claramente cual es o no, el discurso individual y cual, el colectivo. Generalmente, las apreciaciones, opiniones y comportamientos sociales colectivos tienden a diferir de los individuales, es decir, surgen conflictos cuando se pretende identificar, diferenciar o especificar los puntos de vista individuales de los puntos de vista colectivos.

Otra desventaja notoria está asociada con la organización y manejo de los grupos focales: El papel del coordinador o del moderador es esencial en esta técnica, pero lo que parece ser una ventaja en estos casos puede convertirse en una desventaja en otros, debido al gran peso que tiene su capacidad de liderazgo y de comunicación para coordinar y moderar exitosamente el accionar un grupo focal.

EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN

La situación o “modus vivendi” de la discusión en grupos focales puede desmotivar a algunas personas a expresar una opinión, como por ejemplo, desconfiar en hacer pública una información que sea personal o “delicada o arriesgada”. En tales casos, la estrategia sería combinarla con la entrevista personal o el uso de tarjetones o videos ilustrativos que permitan romper el hielo. Finalmente, la información que se maneja en los grupos focales si bien no es confidencial ni anónima ya que es compartida, generalmente puede ser contradictoria a la opinión individual (externa al grupo), por lo cual hay que resaltar que los acuerdos y conclusiones son colectivas y la responsabilidad de ellos es compartida grupalmente.

Las consideraciones de tipo ético para el trabajo de los grupos focales son las mismas que para otras técnicas de investigación social. Por ejemplo, cuando seleccionamos y comprometemos a los participantes, los investigadores deben asegurar darles la mayor y real información acerca de los propósitos y usos de las conclusiones del estudio. Igualmente mantener a los participantes informados acerca de las expectativas del grupo investigador. También se recomienda no presionar a los participantes a expresar obligadamente una opinión en un contexto que puede convertirse en algo peligroso para él. Un elemento importante de tipo ético que hay que considerar es el manejo de la información que se produce al interior del grupo de trabajo como la que resulta del análisis de los resultados, la cual debe ser mantenida como confidencial. Hay que tener en cuenta que cada uno de los participantes puede llegar a conclusiones que en un contexto externo al grupo pueden ser conflictivas o peligrosas para él o el resto de los participantes. Al comienzo de cada taller el moderador deberá clarificar que la contribución u opinión de cada uno de los participantes desde el momento en que es compartida con el resto del grupo, se convierte en una opinión colectiva así haya sido expresada en términos personales. Es por eso que los participantes deben ser motivados a mantener la confidencialidad de lo que ellos escuchan durante el taller al igual los investigadores tienen la gran responsabilidad de mantener el anonimato y confidencialidad de lo expresado por los participantes.

ETAPAS DEL PROCESO OPERATIVO DE UN GRUPO FOCAL

1. DEFINICION DE LOS OBJETIVOS

Como primer paso, se requiere de una definición específica de los objetivos del estudio, para que desde allí, se planteen:

Un guión de desarrollo del Taller.

La guía de temáticas - preguntas a desarrollar en el Taller.

2. ESTABLECER UN CRONOGRAMA

La programación y desarrollo de un grupo focal no se debe improvisar. Se sugiere comenzar a planear con antelación (cuatro o seis semanas). Con toda probabilidad, tomará por lo menos ese tiempo para identificar, analizar, formular y evaluar el problema de investigación; definir un marco de referencia teórico – metodológico; identificar, seleccionar y comprometer a los participantes. Localizar un sitio adecuado. Igualmente, diseñar y conseguir los materiales de ayuda para las sesiones, etcétera.

A continuación, se muestra un listado de las etapas de un cronograma típico:

1. Planteamiento del objeto y objetivos del estudio. 4 - 6 semanas antes de la fecha de la sesión de taller.
2. Identificación y selección de los participantes 4 - 6 semanas
3. Análisis de la información sobre los participantes 4 - 6 semanas
4. Seleccionar un o moderador(es) 4 - 5 semanas
5. Diseño de la Guía de Discusión temáticas - preguntas 4 - 5 semanas
6. Desarrollar y validar una estrategia de taller a través de las técnicas de dinámica grupal. 4 semana
7. Reservar y preparar el sitio donde se van a realizar los talleres 4 semanas.
8. Invitar, comprometer personal o institucionalmente a los participantes, mediante invitaciones escritas o verbales 3 - 4 semanas
9. Verificar la asistencia y compromiso por otros medios tales como llamadas telefónicas o confirmaciones indirectas (Terceros) 2 semanas
10. Organizar la adecuación del sitio y la logística de la reunión (Número y tipo de asientos, equipos, refrigerios, etc.) 1 semana
11. Última invitación a los participantes 2 días
12. Organizar los materiales didácticos u operativos que se van a utilizar en el Taller 2 días
13. Desarrollo del Taller: Inducción, conducción, y discusión grupal.



14. Clausura del Taller: Presentación de las conclusiones
y acuerdos; entrega de un certificado.
15. Proceso de validación de las relatorías, acuerdos y resultados
por parte del equipo investigador
16. Informe final.

3. EL PROCESO DE DECIDIR QUIÉN SERÁ INVITADO:

Al desarrollar la guía de la discusión es necesario identificar quién participará en las sesiones de trabajo grupal. Esto proporcionará a una indicación de cuanto es el número más adecuado los participantes. Un número adecuado está entre 6 a 12 participantes por sesión.

El número de participantes por la sesión está determinado por el número potencial de participantes. Hay que establecer una población de participantes potenciales. Una vez que el número de participantes se haya determinado, es necesario establecer una población de participantes reales. Una estrategia es realizar un sondeo sobre posibles participantes. Existen varias ventajas al conformar estos grupos potenciales, por medio de un sondeo exploratorio. Este proveerá información general sobre los encuestados lo que permitirá una mejor selección y un conocimiento sobre disposición a colaborar o a participar. Esta metodología de seleccionar a los participantes ayuda ahorrar mucho tiempo en la selección final ya que a priori se sabrá si la gente esta disponible o no.

De acuerdo a los objetivos del estudio desarrolle una lista de los atributos o características predominantes o principales para seleccionar a los participantes y de acuerdo a esos atributos haga una primera selección.

Hay que asumir que algunos de los invitados no aparecerán, por esta razón, se recomienda seleccionar además una población de reemplazo (10 % de los invitados originales). Es posible, entonces que debido a las ausencias de última hora, el grupo quede finalmente conformado por 9 o 10 personas. Lo cual lleva a considerar algunos mecanismos que faciliten la asistencia tales como lugares adecuados y bien situados, también se recomienda atraer a los participantes comprometiéndolos a través de terceros.

Se sugiere que una vez seleccionados los participantes, estos sean invitados oficialmente, reiterándoles el objeto y los objetivos del estudio, la metodología de trabajo a seguir, su papel e incentivos por su participación.

Con respecto a la selección de participantes de un grupo focal: no es fácil identificar el grupo de participantes más indicado, por ejemplo, si el grupo es demasiado heterogéneo en términos de edad o estrato o en términos de oficio o posición ocupacional, las diferencias entre participantes pueden provocar un impacto considerable en sus contribuciones. Alternativamente si el grupo es homogéneo con respecto a unas características específicas puede suceder que las diversas opiniones y experiencias no sean reveladas al no generar o provocar al interior del grupo una atmósfera de contradicción. Los participantes necesitan sentirse en confianza unos con otros reunirse con otros de los cuales ellos piensan que tienen similares características o niveles de conocimiento sobre determinado tema será más atractivo pero improductivo. Es posible reunirse con aquellos que son percibidos como contradictorios pero con un interés global compartido que permita una mayor riqueza de los resultados. Refinar el listado de invitados potenciales buscando "características comunes" o de "homogeneidad y de heterogeneidad" en los participantes potenciales⁵.

Una vez que se ha decidido el tipo de participantes que van a integrar el grupo el siguiente paso es conseguirlos. El reclutamiento de participantes puede demandar mucho tiempo especialmente si la temática a trabajar en el taller no tiene beneficios inmediatos o no es del gusto de los participantes. Es preferible que estas personas con intereses específicos sean reclutadas a través de informantes claves o a través de las redes sociales existentes (religiosas, educativas y económicas). También es sabido que el éxito del desarrollo de estos talleres está muchas veces asociado a algunos beneficios inmediatos que se les pueden ofrecer a los participantes.

⁵ El criterio más generalizado sobre a quien seleccionar apunta a preferenciar aquellos sujetos con rasgos socio-demográficos comunes (edad, oficio, posición ocupacional, escolaridad, etc.) pero que representen todas las tendencias de opinión, de acción o de interés sobre la problemática de interés.

Los individuos que participan en una sesión de la discusión deben ser compensados por su participación. Al entrar en contacto con los participantes potenciales se recomienda utilizar un incentivo para animar o para persuadir a un individuo a que participe en una sesión de la discusión. Esto a menudo facilita la interacción dada la tensión creada por la conformación del grupo focal y hace a los participantes más abiertos a discutir el asunto.

4. DISEÑO DE LA GUÍA DE TEMÁTICAS-PREGUNTAS

Cuándo se está organizando la guía de discusión en el grupo focal hay que tener en cuenta varias consideraciones básicas: ¿Cuáles son las dimensiones del estudio? ¿Qué preguntas serán hechas?, ¿Quién participará?, y ¿Quién conducirá las sesiones?

La guía de la discusión contiene las temáticas - preguntas que serán presentadas a los participantes durante las sesiones de discusión. No más 5 o seis temáticas - preguntas se deben utilizar para el trabajo en grupo. Hay dos elementos que deben ser considerados al bosquejar el guía. Primero, es necesario no olvidar quienes son sus invitados y en segundo lugar, qué tipo de información es la que usted desea obtener. Segundo, se recomienda, a partir de una lluvia de ideas, diseñar una matriz de dimensiones – temáticas – preguntas potenciales y proceder a seleccionar las definitivas a partir de una prueba piloto preliminar. Una vez que se tiene una lista de preguntas, trate de evaluar la concordancia de ellas con los objetivos del estudio otra vez. ¿Cuáles no se deben aplicar? ¿Cuáles son realmente importantes?

No se debe olvidar que la capacidad de cooperación de los integrantes de un grupo focal no dura más allá de una o dos horas. En consecuencia, solo se dispondrá de tiempo para cinco o seis temáticas preguntas. Esto no es mucho, especialmente cuando usted considera que hay realmente dos clases de preguntas: preguntas introductoria o del calentamiento y preguntas que apuntan a obtener las respuestas de fondo del estudio. Puesto que las primeras dos preguntas son generalmente una inducción sobre la temática, esto le deja tres

o cuatro o cinco preguntas para sondear sobre lo que se está investigando.

Al desarrollar las preguntas, tenga presente que todos los grupos de discusión deben seguir la misma guía de discusión. Una pregunta por ejemplo "¿A quién beneficia el SISBEN?", podría recibir diversas respuestas dependiendo de sí los participantes son beneficiarios, o no beneficiarios. Usando un formato común, permitirá al analista hacer comparaciones entre las respuestas de los varios grupos.

La secuencia y el tono de las preguntas son tan significativo como las preguntas mismas. Deben ser no solo concretas sino también estimulantes, las preguntas que se plantearán en el grupo focal deben ser ampliables y en lo posible hay que llevar la discusión de lo más general a lo específico.

A continuación se sugiere, volver al listado de participantes posibles y preguntarse: ¿Qué preguntas podrían contestar? Se sugiere eliminar tantas preguntas como sea posible. Si la estrategia de formulación de las preguntas se hace a partir de "una lluvia de ideas" del grupo de estudio o de personal asociado, haga que cada uno seleccione, por ejemplo, las cinco preguntas más pertinente del total. Una vez que se hayan seleccionado las cinco o seis preguntas mas adecuadas y pertinentes, proceda a posicionar las preguntas en una secuencia que sea cómoda para los participantes, moviéndose desde lo general a lo específico, de lo más fácil a lo más difícil, y de lo positivo a lo negativo.

Antes de usar las preguntas en una sesión real del grupo focal, realice una prueba piloto. Evalúe, con un grupo externo, su confiabilidad, es decir, si las respuestas logran la información que usted necesita. ¿Si son validas?, es decir, si en mediciones sucesivas, preguntan lo que se quiere preguntar y obtiene respuestas relativamente similares. Hay que averiguar si todos entienden de igual forma la pregunta etc.

Según los públicos, la complejidad del tema y objetivos del estudio se pueden considerar la

idea de enviarle previamente a los participantes un resumen introductorio sobre lo que se va a tratar en la reunión de trabajo.

5. DESARROLLAR UN GUIÓN DE DESARROLLO DEL TRABAJO DE TALLER.

Se recomienda diseñar un plan operativo estandarizado que abarque todas las posibles etapas del taller. Esto tiene muchas ventajas desde el punto de vista funcional, por ejemplo, asegura que cada grupo focal se desarrollará con idéntica metodología haciendo los resultados más confiables. Además, este guión le ayudará al moderador o coordinador a manejar el problema del tiempo y especialmente si él es externo al proceso (un moderador profesional).

5.1. LA LOGÍSTICA DE LAS REUNIONES DE LOS GRUPOS FOCALES:

El guión de organización del Taller

La guía de temáticas - preguntas

Listado de Participantes

Equipos de sonido, grabación y video

Tarjetas de identificación o escarapelas

Libreta de notas, lápices, marcadores

Papelografos, papel y fichas

5.2. Hay que planear el desarrollo del taller en un marco de tiempo no mayor a dos horas.

Un mínimo de una hora se recomienda porque el proceso requiere un cierto tiempo para las observaciones de la apertura y de cierre del taller, al igual tener en cuenta por lo menos una o dos preguntas introductorias o de inducción. Se sugiere no exceder más de dos horas de duración. Después de este tiempo, tanto los participantes como el moderador comenzarán a “distraerse”; y es muy posible que las preguntas y la discusión subsecuente pierdan su importancia. La capacidad de concentración de un adulto es alrededor de 20 minutos, lo

cual sugiere que no se debe gastar mas allá de 20 minutos por temática - pregunta

5.3. Con respecto al lugar de reunión se recomiendan sitios o lugares “neutrales” que no sean asociados con los promotores ni con los sujetos del conflicto o con la situación problema de discusión. En síntesis, las reuniones de los grupos focales si bien pueden ser realizadas en diversos lugares, por ejemplo, en hogares, salones comunales o donde los participantes desarrollan sus reuniones regulares se recomienda utilizar espacios institucionales incluso, se sugiere utilizar aquellos geográficamente ajenos.

Se recomienda que en el salón de reunión los participantes, en lo posible, rodeen al moderador (configuración en U). Si el equipo de investigadores esta presente en el salón se debe tratar que estos no interfieran y que su presencia sea lo más discreta posible.

5.4. Equipos de audiovisuales: El equipo de investigación debe determinar cuales son más apropiados para facilitar la sesión de trabajo. Esto definirá si se requiere de grabadora, videocinta, o simplemente a las notas de la relatorías. Generalmente, las sesiones de discusión son grabadas. Grabar permite que el equipo de investigación recupere fácilmente los aportes más importantes y los comentarios que fueron hechos durante la discusión. Y registrar la información lo más exacta. Si la sesión de trabajo va a ser grabada en equipos de audio o video se recomienda que estos sean instalados y probados anteriormente. Su presencia debe ser igualmente discreta. Se debe determinar previamente qué equipos de ayudas audiovisuales son necesarios.

Se recomienda, primero grabar las sesiones y segundo tener un aparato de televisión para presentar algún tipo de video que ayude a la dinámica grupal de la discusión. Si las notas son tomadas por el equipo de investigación durante la sesión, éstas también facilitarán el desarrollo del informe final para el grupo focal.

5.5. Refrigerios: si se van a ofrecer, en un horario determinado estos deberán ser colocado

en un salón diferente.

5.6. Otras recomendaciones: escarapelas de identificación, de un tamaño tal, que permitan al moderador identificar fácilmente al participante.

6. SELECCIÓN DEL MODERADOR

Un elemento que distingue a los grupos focales de la técnica de la entrevista científica o de la encuesta social es que requieren de un Moderador con una cierta habilidad para desarrollarlos. Es necesario contar con alguien con un conocimiento y manejo de dinámica del grupo y un conocimiento sobre la problemática. En síntesis, un Moderador del grupo focal debe poder ocuparse no solo de mantener a los miembros del grupo atentos y concentrados, sino también mantener el hilo central de la discusión, y cerciorarse que cada participante participe activamente.

El Moderador puede ser un miembro del equipo de investigación, o un profesional especializado en el manejo de taller. También se puede utilizar un equipo de dos personas, donde una persona modera la discusión y la otra lleva la relatoría o hace un trabajo de observación del comportamiento asociado de los asistentes. Se recomienda, en el caso de organizaciones complejas, considerar las características tanto personales como profesionales del Moderador para hacer más fácil la discusión grupal. Por ejemplo, un Moderador que venga de fuera de la organización puede verse como más objetivo y puede obtener respuestas más válidas y confiables de los participantes.

EL ROL DE MODERADOR DE LOS TALLERES

Una vez que la reunión ha sido organizada el papel del moderador o facilitador se convierte en algo esencial especialmente en términos de dar explicaciones claras sobre los propósitos del taller, ayudar a la gente a sentirse en confianza y especialmente, en facilitar la integración entre los miembros del grupo. Durante la reunión el moderador deberá promover el debate planteando preguntas que estimulen la participación demandando y desafiando a los participantes con el objetivo de sacar a flote las diferencias y contradecir las diferentes opiniones que surgen sobre el tema en discusión. Algunas veces los moderadores necesitarán llevar la discusión a los pequeños detalles o si es el caso impulsar la discusión hacia temas más generales cuando está ha alcanzado un rumbo equivocado o ambiguo. El moderador también debe mantener a los participantes atentos al tema en discusión, y es posible que en ciertas circunstancias él deba conducir la conversación hacia sus orígenes con el objetivo de reordenarla. El moderador también deberá de asegurarse que cada uno de los participantes tenga la oportunidad de expresar sus opiniones. En su papel de moderador se recomienda que no muestre preferencias o rechazos que influyeran a los participantes a una opinión determinada o a una posición en particular.

El rol del moderador es vital en el trabajo de taller y no solo requiere tener habilidades de comunicación sino también ciertas calidades personales tales como, saber escuchar asociado a tener una capacidad de adaptación y sentido común, todo lo anterior facilitará un dialogo abierto y confidente al interior del grupo. Finalmente, el grado de control y dirección impuesto por el moderador dependerá tanto de los objetivos del estudio como de su estilo. Si uno o más moderadores están comprometidos en un trabajo de taller con un grupo focal es necesario que exista una sola línea de conducción. Se recomienda que un moderador haga el papel de coordinador principal y que los otros hagan el papel de facilitadores o talleristas durante la reunión todo lo anterior hace necesario que exista una cuidadosa preparación con vista a definir los roles y responsabilidades de cada uno de los miembros del equipo de moderadores.

7. LA SELECCIÓN DEL SITIO DE LA REUNIÓN

Al elegir un sitio se recomienda tener en cuenta los siguientes criterios:

El sitio debe ser lo más “neutro” posible con respecto a los participantes. Si no se logra acceder a un lugar que reúna tal característica la sesión de taller se puede realizar en un lugar de reunión usual del grupo.

Las características físicas y ornamentales del salón deben crear la sensación de cooperación y familiaridad. El salón debe acomodar cómodamente de seis a quince participantes y permitir una relación “cara a cara” entre los participantes (una configuración en U). Hay que insistir en la accesibilidad al salón (considere la facilidad de acceso para la gente con inhabilidades, la seguridad, facilidad de transporte, el estacionamiento, etc.)

9. MODERACIÓN DE UNA SESIÓN DE DISCUSIÓN

1. El moderador debe ser una persona con el suficiente conocimiento del tema y experiencia en el manejo de grupos, de tal manera, que pueda conducir la discusión hacia los objetivos preestablecidos.
2. Si es posible conseguir un moderador con conocimiento y experiencia en el tema se le sugiere tener en cuenta las siguientes recomendaciones:
 - ✓ Mantener el control de la discusión –que no se atrasen ni se adelanten los participantes
 - ✓ Tratar de mantener la discusión en un tono informal, incentivando a los participantes que digan lo que les viene a la cabeza.
 - ✓ Recordar que el moderador es un conductor que tiene el objetivo principal de lograr una información lo más confiable y válida.
 - ✓ La duración de los talleres: se recomienda que las sesiones de discusión no superen los 120 minutos.

- ✓ Ser neutral: Una de las ventajas de una persona ajena tal grupo de interés es que este teóricamente no este involucrada en la problemática y cuales serían las soluciones posibles. Cualquier comentario o respuesta del moderador influenciaría a los participantes.
- ✓ No permitir que el moderador sea interrogado. Recuerde que el principal objetivo de la sesión de trabajo es reunir información sobre qué y cuanto sabe el grupo sobre la
- ✓ El papel del moderador no es el de informar o convencer al grupo sobre tal o cual situación o producto, su papel es el conductor de un grupo de discusión.

El manejo y conducción de un grupo focal debe hacerse de acuerdo al “guión” previamente diseñado. Tanto el Moderador como los relatores o personal de ayuda debe organizar previamente el lugar, el material de trabajo y las tarjetas de identificación. Una vez que el grupo esta reunido, el Moderador deberá comenzar dando la bienvenida al grupo teniendo siempre en cuenta que debe combinar una metodología de trabajo de conducción de grupos aplicando en lo posible algunas herramientas de dinámica grupal. Al respecto tradicionalmente se recomienda

LA DINÁMICA FUNCIONAL DEL GRUPO FOCAL COMPRENDE:

1. La apertura: es el tiempo para que el moderador dé la bienvenida al grupo, de introducir el tema y sus objetivos y explicitar el papel del grupo focal, de explicar qué es un grupo focal y cómo funcionará.

Defina cual es el objeto y objetivo de la reunión. Ponga en claro desde un comienzo quién dirigirá la discusión, cual será la metodología a seguir y lo más importante trate que los participantes se sientan importantes y cómodos con la temática.

Asegúrese que cada participante sea visible, escuche y sea escuchado perfectamente (distribúyalos en una configuración en U.)

2. La segunda etapa, planteará (a través de alguna estrategia preestablecida y probada) las

temáticas “preguntas” que son el objeto del estudio.

Se recomienda considerar si la presencia de algunos observadores externos, puede inhibir a los participantes.

Evitar las respuestas ambiguas, las socialmente aceptables o las “muy abiertas”. Hay que tratar que sean específicas a la pregunta y lo más exhaustivas y excluyentes posibles y mantener un cuidadoso control sobre el tiempo de desarrollo del Taller.

3. La sección de Cierre: no solo debe incluir el llegar a un consenso en las conclusiones finales sino también la parte formal que incluye el agradecimiento a los participantes, insistiendo no solo de la importancia de su participación sino también en la forma cómo los datos serán utilizados.

9. INTERPRETACIÓN DE LOS ACUERDOS Y EL INFORME FINAL.

Se recomiendan tres etapas para redactar un informe final de las conclusiones del grupo focal:

1. Resumir inmediatamente la discusión y acuerdos de la reunión. Es más fácil reconstruir lo sucedido inmediatamente. El Moderador deberá reconstruir con alguno de los participantes los acuerdos de mayor trascendencia al igual los detalles que pueden ayudar a enriquecer el informe final.
2. Transcribir las notas de la relatoría o grabaciones inmediatamente se terminó la sesión de Taller. Lo anterior permitirá que se reconstruya no solo la atmósfera de la reunión sino también lo tratado. Analice las relatorías: comience por leer todos los resúmenes o relatorías, analizando las actitudes y opiniones que aparecen reiteradamente o comentarios sorprendentes, conceptos o vocablos que generaron algunas reacciones positivas o negativas de los participantes, etc.

LA REDACCIÓN DEL INFORME FINAL.

Este documento debe incluir no solo los aspectos formales del estudio: planteamiento del problema, objetivos, estrategia metodológica y técnica sino también detalles acerca de la configuración del grupo focal, desarrollo de las sesiones de taller, resultados y conclusiones finales.

Debe incluir los siguientes aspectos

1. Planteamiento del problema, antecedentes y objetivos.
2. Ficha técnica: temática, objetivos, moderador, participantes – características del grupo, criterios de selección- guía de temáticas – preguntas.

3. Conclusiones y recomendaciones. Se sugiere presentar los hallazgos como respuestas a la hipótesis- preguntas llevadas a la sesión de trabajo.

10. TRADUCIR LOS ACUERDOS EN ACCIÓN

La mayor y más recurrente crítica que se hace al uso de los grupos focales se expresa en dos áreas: Por un lado, se insiste que se olvida la premisa que la comunidad o grupo participante debe participar de la retroalimentación de los resultados obtenidos. Y, segundo, la incapacidad de aplicar los resultados a los objetivos por los cuales originalmente fueron convocados.

Al respecto, caben algunas sugerencias operativas para traducir los resultados en planes y programas de acción:

- Programar una reunión para revisar los resultados y discutir sus implicaciones.
- Contextualizar la información lograda a partir de los objetivos. No olvidar de analizar las respuestas y aportes que el grupo focal produjo. Comparar, contrastar y combinar la información obtenida con otra lograda por otros medios tales como encuestas, entrevistas u observaciones o información secundaria.
- Resaltar los temas, sucesos y preguntas principales que afloraron en la discusión al interior del grupo focal. En esta etapa es conveniente clasificar estos aportes de acuerdo a unos criterios o códigos preestablecidos.
- Si la información es demasiada y compleja, se hace necesario definir unos criterios de prioridad y clasificación. Luego hay que decidir que acción será necesario tomar con relación a los temas prioritarios, por ejemplo, compartir la información con personas que alguna relación tengan con políticas comunitarias y con ellos decidir lo que es pertinente o no.

CONCLUSIONES

Hay que recordar que uno de los mayores beneficios de la estrategia de grupos focales es el hecho de la participación y compromiso de las personas en la problemática en estudio. Esta relación deberá ser permanente desde el momento que fue establecida; es recomendable informarlos desde el planteamiento del problema, la ficha técnica del estudio y mantenerlos informados sobre los procesos y resultados obtenidos y si es el caso, el uso que se le dará a la información obtenida.

En la práctica los grupos focales pueden ser difíciles de organizar. De hecho no es fácil obtener una población o grupo representativo. El trabajo de los grupos focales puede motivar a cierto tipo de personas para participar, por ejemplo aquellos que tienen un gran espíritu de colaboración pero no tienen mucho conocimiento o práctica sobre el tema o aquellos que tienen problemas de comunicación o limitaciones o los que participan per se. (los llamados líderes históricos o profesionales). La organización de formas participativas a través de los grupos focales usualmente requiere más planificación que en otros tipos de participación.

El número recomendado de personas por grupo puede variar entre seis y doce personas, aunque algunos grupos han trabajado exitosamente hasta con quince. El número de sesiones de trabajo de grupo puede variar de acuerdo a la temática, los objetivos del estudio o las circunstancias. En algunos estudios ha bastado con una reunión, en otros, según el tema han requerido de un número mayor. En relación con el tiempo necesario para desarrollar los talleres las cifras van de una a dos horas de duración.

Como estrategia de recolección de información, los grupos focales permiten “sistematizar” una información acerca de unos conocimientos, unas actitudes y unas prácticas sociales que difícilmente serían obtenidas a través de otras técnicas tradicionales. En otras palabras,

creemos que los procesos sociales existen no solo en la mente sino también en el mundo objetivo y que hay algunas relaciones estables a descubrir entre ellos. Así, a diferencia de algunas escuelas de la fenomenología, consideramos importante desarrollar un conjunto de **metodologías y técnicas** válidas y verificables para aprehender esas relaciones sociales y sus determinaciones. Deseamos interpretar y explicar esos procesos y tener confianza en que otros investigadores, usando los mismos procedimientos llegarán a conclusiones análogas.

Metodológicamente nuestra insistencia por el uso de un marco teórico metodológico estandarizado está dirigida a intentar superar aquel casi mágico enfoque del análisis de datos cualitativos según el cual éste es idiosincrático, incomunicable y artístico y que solo aquellos que han sido totalmente socializados en su práctica están autorizados para pronunciarse sobre ese enfoque. Tal posición - nos parece a nosotros - en gran medida, una mistificación⁶

En síntesis este artículo bosqueja las principales características de la técnica de grupos focales poniendo particular atención en los beneficios de la interacción social y en la dinámica de grupos, como procesos de recolección de información primaria. Es posible que algunas de las consideraciones expuestas anteriormente sobre configuración de los grupos, tiempo, lugar y características de los participantes muestren a esta técnica como de difícil realización, sin embargo, aquellos que la han utilizado en forma combinada o complementaria con la técnica de la encuesta social la han clasificado de gran utilidad. Sin lugar a dudas, pueden convertirse en una valiosa herramienta para el tratamiento de problemáticas en ciertos ambientes sociales ya que otras metodologías de investigación no permitirían un mayor acercamiento a la expresión de conocimientos, actitudes y comportamientos sociales.

⁶ Miles and Huberman, op. Cit., pp. 19-20

BIBLIOGRAFÍA

Flores J.G. and Alonso C.G. 'Using focus groups in educational research', *Evaluation Review* 19 (1): 84-101. Sociology at Surrey, 1995

Galeano, Eumelia, et al. Curso Especializado en la Modalidad a Distancia sobre Investigación en las Ciencias Sociales, Modulo 5, La Investigación Cualitativa, Teoría. Medellín, ICFES, INER, Universidad de Antioquia. 1993.

Gibbs, Anita. Focus Group. Social Research Update. Nineteen. Sociology at Surrey, 1997

Hoppe M.J., Wells E.A., Morrison D.M., Gilmore M.R., Wilsdon A. 'Using focus groups to discuss sensitive topics with children, *Evaluation Review* 19 (1): 102-14. 1995

Kitzinger J. 'Introducing focus groups', *British Medical Journal* 311: 299-302. 1995

Kitzinger J. "The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants", *Sociology of Health* 16(1): 103-21. 1994

Kreuger R.A. Focus groups: a practical guide for applied research. London: Sage. 1988

Merton R.K., Kendall P.L. "The focused Interview", *American Journal of Sociology* 51: 541-557. New York, 1946

Lankshear A.J. 'The use of focus groups in a study of attitudes to student nurse assessment', *Journal of Advanced Nursing* 18: 1986-89. 1993

Pineda, Roberto, El Método Etnográfico, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Modulo 5, La Investigación Cualitativa, Teoría. Medellín, ICFES, INER, Universidad de Antioquia. 1993.

MacIntosh J. 'Focus groups in distance nursing education', *Journal of Advanced Nursing* 18: 1981-85. Londres. Sage, 1981

Merton R.K., Kendall P.L. 'The Focused Interview', *American Journal of Sociology* 51, 541-557. New York, 1946

Morgan D.L. Focus groups as qualitative research. Londres, 2nd Edition, Sage. 1997

Morgan D.L. and Spanish M.T. 'Focus groups: a new tool for qualitative research', *Qualitative Sociology* 7: 253-70. Londres, 1984

Morgan D.L. and Kreuger R.A. 'When to use focus groups and why' in Morgan D.L. (Ed.) Successful Focus Groups. London: Sage. 1993

Powell R.A. and Single H.M. 'Focus groups', International Journal of Quality in Health Care 8 (5): 499-504. Surrey: 1996.

Powell R.A., Single H.M., Lloyd K.R. 'Focus groups in mental health research: enhancing the validity of user and provider questionnaires', International Journal of Social Psychology 42 (3): 193-206. Stony Brook at New York: 1996

Race K.E., Hotch D.F., Parker T. 'Rehabilitation program evaluation: use of focus groups to empower clients, Evaluation Review 18 (6): 730-40. Stony Brook . Nueva York, 1994

Stewart D.W. and Shamdasani P.N. Focus groups: theory and practice. London: Sage. 1992

White G.E. and Thomson A.N. 'Anonymized focus groups as a research tool for health professionals', Qualitative Health Research 5.(2): 256-61. NYU, New York, 1995