

Algunos apuntes sobre los grupos focales en la investigación cualitativa

Some notes on focus groups in qualitative research

Autor

Arias Sánchez, Raúl Eleazar 
Universidad Nacional de Huancavelica

RESUMEN

Durante la última década, los grupos focales han resurgido como una técnica popular para recopilar datos cualitativos, tanto entre antropólogos, educadores como en una amplia gama de áreas académicas y de investigación aplicada. Los grupos focales se utilizan actualmente como un método autónomo y en combinación con encuestas y otros métodos de investigación, sobre todo entrevistas individuales en profundidad. Las comparaciones entre grupos focales y encuestas y entrevistas individuales ayudan a mostrar las ventajas y desventajas específicas de las entrevistas grupales, concentrándose en el rol del grupo en producir interacción y el rol del moderador en guiar esta interacción. En este sentido, el presente artículo presente brindar algunos alcances sobre las características de los grupos focales y algunas atribuciones relacionadas.

Palabras clave: Grupo, investigación, instrumento, académico.

ABSTRACT

Over the last decade, focus groups have re-emerged as a popular technique for collecting qualitative data, both among anthropologists, educators, and in a wide range of academic and applied research areas. Focus groups are currently used as a stand-alone method and in combination with surveys and other research methods, especially in-depth individual interviews. Comparisons between focus groups and individual surveys and interviews help to show the specific advantages and disadvantages of group interviews, focusing on the role of the group in producing interaction and the role of the moderator in guiding this interaction. In this sense, this present article will provide some scope on the characteristics of the focus groups and some related attributions.

Keywords: group, research, instrument, academic.

INTRODUCCIÓN

Las diversas ventajas que ofrecen los grupos focales pueden ser examinados a partir de una minuciosa atención a los problemas de diseño de la investigación tanto a nivel de proyecto como en la fase de ejecución del mismo. Al respecto Mella (2000 p. 3) señaló que, *“Los grupos focales son básicamente una forma de escuchar lo que dice la gente y aprender a partir del análisis de lo que dijeron. En esta perspectiva los grupos focales crean líneas de comunicación, donde el primer canal comunicación se establece al interior del grupo, con un continuo comunicativo entre el moderador y los participantes, así como entre los participantes mismos.”*

Con esta consideración, podemos indicar que, los grupos focales acercan el imaginario colectivo de los participantes a los investigadores de una forma dinámica y horizontal. Este panorama se nutre muy a menudo gracias a la discusión, sobre esto Mella (2000 p. 7) refirió que, *“En los grupos focales el datos es obtenido a través de la discusión. Otras formas de trabajo grupal utilizan variadas formas para obtener datos a partir de la dinámica que proviene de los miembros del grupo, por ejemplo, los grupos Delphi. Hay además entrevistas grupales que trabajan las respuestas de los miembros del grupo en forma separada. Estas entrevistas son también llamadas “seriales”. Un grupo focal que no genere una discusión dinámica y fructífera puede terminar siendo más bien una entrevista serial.”*

Esto significa que, la discusión ofrece una interpretación de la realidad más cercana y próxima antes de ser simulada, esto es gracias a que las entrevistas que se desarrollan se convierten en faros dinámicos que permiten guiar preguntas externas e internas de manera puntual y colectiva. Sobre este

mismo escenario, Kamberelis & Dimitriadis (2013 p. 2) hicieron alusión que, *Before saying more about the complex relations among the three primary functions of focus group work, and even though the meanings of each function may be (or appear to be) self-explanatory, we first briefly discuss how we have defined each function for our work here”.*

Finalmente, podemos señalar que, los grupos focales son una forma de entrevista grupal que aprovecha la comunicación entre los participantes de la investigación para generar datos. Aunque las entrevistas grupales a menudo se emplean simplemente como una forma rápida y conveniente de recopilar datos de varias personas simultáneamente, los verdaderos grupos focales están diseñados explícitamente para capitalizar la interacción grupal para proporcionar tipos distintivos de datos. Esto significa que en lugar de que el investigador le pida a cada persona que responda una pregunta por turno, se alienta a las personas a hablar entre sí, hacer preguntas, intercambiar anécdotas y comentar las experiencias y puntos de vista de los demás.

Conceptos a considerar

Hamui-Sutton & Varela-Ruiz (2013 p. 56) definen a los grupos focales como *“...un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. Kitzinger1 lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Para Martínez-Miguel, el grupo focal”* es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio

de tiempo relativamente corto".² La técnica es particularmente útil para explorar los conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que permite examinar lo que la persona piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera. El trabajar en grupo facilita la discusión y activa a los participantes a comentar y opinar aún en aquellos temas que se consideran como tabú, lo que permite generar una gran riqueza de testimonios."

Por otro lado, Huerta (1997 p. 1) indicó que, *"el grupo focal es una herramienta muy útil para la planificación de los programas y la evaluación de los mismos. El secreto consiste en que los participantes puedan expresar libremente su opinión sobre diferentes aspectos de interés en un ambiente abierto para el libre intercambio de ideas. Otro de los aspectos positivos estriba en el hecho de proveer participación a las personas involucradas en los respectivos programas."*

Asimismo, Miguélez (2004 p. s/n) que un grupo focal *"...es un grupo de trabajo, tiene una tarea específica que cumplir y unos objetivos que lograr: será la naturaleza, o angustia que produce un tema de salud, la actitud de rechazo o simpatía por un producto comercial, el comportamiento concreto y las razones que avalan su rutina en la vida social, u otro escogido entre la gran variedad de temas de la vida privada o pública. En el fondo, toda la investigación gira en torno a una pregunta explícita o implícita, pero que, cuanto más clara sea, más fácilmente orientará todo el proceso de búsqueda; la pregunta, a veces, la formula claramente "el cliente" que solicita la investigación.*

Finalmente, Aigner (2002 p. 2) entiende que, *"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."

Estos conceptos, ayudan a comprender que el focus group o grupo focal presenta una tarea específica al momento de recopilar la información in situ, asimismo, la variedad de escenarios permite abiertamente crear condiciones para recoger información.

Un breve bosquejo histórico

Los científicos sociales han usado variadas formas de entrevista grupal desde 1920. Según Krueger (1998) el mayor impacto que tuvo esta metodología provino del trabajo de los sociólogos Merton y Lazarsfeld realizado en la segunda Guerra Mundial. Esta forma de investigación social aplicada fue el vehículo primario que difundió los grupos focales más allá del mundo de las investigaciones de mercado. Patton (1990) y Krueger (1994) hicieron uso de grupos focales dentro de la problemática de la evaluación de mercados y conductas diversas. Por otro lado, Morgan & Spanish (1984) publicaron uno de los primeros artículos que llamaron la atención sobre los grupos focales como un método para investigación cualitativa en ciencias sociales. Es relevante indicar que los citados investigadores concordaron con Mella (2000 p. 26) al señalar que, *"...los grupos focales son básicamente una forma de escuchar lo que dice la gente y aprender a partir del análisis de lo que dijeron. En esta perspectiva los grupos focales crean líneas de comunicación, donde el primer canal de comunicación se establece al interior del grupo, donde hay un*

continuo comunicativo entre el moderador y los participantes, así como entre los participantes mismos.”

Ahora bien, también destacamos que el desarrollo de la investigación social está a la vanguardia y va dinamizando más a esta metodología desde la perspectiva de planificación, implementación como monitoreo, con ello se pretende obtener cada vez mejores resultados y aproximaciones a la realidad colectiva y sociales de los grupos de estudio y fenómenos.

Características relevantes

Huerta (1997) señaló que, esta metodología puede ser dirigida cualquier persona que tenga un interés en llevar a cabo la mencionada una dinámica grupal. El citado investigador recomendó que, los diferentes grupos de interés tengan como moderadores y asistentes de moderadores a personas que sean parte de su grupo. De esta forma, los participantes se mostrarán más dispuestos a participar y a cooperar, por lo que los resultados tendrán mayor credibilidad, ya que los comentarios se generaron en un clima de mayor confianza. En adición, los participantes estarían más comprometidos a utilizar los hallazgos resultantes del proceso. De la misma manera, señaló que, no se recomendaría el utilizar a un hombre de moderador cuando todos los participantes sean mujeres. En este sentido, Huerta (1997 p. 2) indicó algunas de las características más relevantes de esta metodología, las cuales son:

- Los participantes tienen ciertas características homogéneas.
- Se proveen datos de índole cualitativo.
- La discusión es enfocada en un aspecto específico.

- Es sumamente importante la percepción de los usuarios y consumidores sobre productos, servicios y oportunidades.
- El propósito no es el de establecer consenso, sino el de establecer las percepciones, sentimientos, opiniones y pensamientos de los usuarios sobre productos, servicios y oportunidades.
- Puede constituir un buen foro para facilitar un cambio sistémico adecuado en la organización.
- Es un proceso adecuado para facilitar el aprendizaje de los miembros de la organización.

Asimismo, Huerta (1997 p. 2) propuso algunos usos que se le pueden dar a los grupos focales, éstos serían los siguientes:

- Antes de comenzar el programa, para efectos de la planificación (incluyendo la planificación estratégica) estudio de necesidades, diseño de programa, generar información para los cuestionarios o investigación de mercado.
- Durante el programa, como el caso de las encuestas a los participantes, evaluaciones formativas o para reclutar nueva clientela para los programas existentes.
- Al final del programa; esto sucede cuando se utilizan los grupos focales como un suplemento a las evaluación final o sumativa.
- Después del programa; se puede utilizar en las evaluaciones de seguimiento para observar el efecto del programa a mediano o largo plazo, y para establecer las lecciones aprendidas y los puntos débiles y fuertes que tuvo el programa.

De igual forma, Huerta (1997 p. 3) comenta y hace referencia a algunas ventajas de esta metodología, éstas serían:

- Es un proceso social, donde se ofrece la oportunidad de interactuar con otras personas.
- En nuestra cultura Hispana, la gente prefiere y responde más a este tipo de actividad que a otras donde haya menos interacción, como en el caso de los cuestionarios individualizados, o el caso de los cuestionarios escritos.
- Esta técnica no excluye a aquellos participantes que tengan limitaciones en la lectura y la escritura.
- Los participantes pueden decidir sus opiniones después de escuchar a otros.
- El grupo focal es un proceso vivo y dinámico, el cual ocurre naturalmente, a diferencia de las condiciones controladas de los procesos experimentales.
- Provee suficiente flexibilidad para explorar asuntos no anticipados de antemano, a diferencia de otras investigaciones más estructuradas, como es el caso de la encuesta por correo.
- Tiene mayor credibilidad que otras técnicas, debido a que la estrategia y los hallazgos son fácilmente entendibles por los participantes y por aquellos que van a utilizar la información.
- Otra ventaja es que los costos son bajos en relación a otras técnicas.
- Tienen el potencial de proveer resultados rápidos.

- Provee al investigador la alternativa de aumentar el número de participantes en relación a otras investigaciones cualitativas, como el caso del estudio de caso.

Muy a pesar de que Huerta (1997 p. 3-4) es optimista con esta metodología también gracias a la evidencia empírica que muestra, reacciona comentando sobre algunas limitaciones de los grupos focales, los cuales en sus palabras serían:

- El investigador tiene menos control en una entrevista de grupo de la que pueda tener en una individualizada.
- Los datos son más difíciles de analizar, especialmente porque los comentarios deben de ser analizados según el contexto de la discusión.
- La técnica requiere de entrevistadores diestros. El éxito de la actividad va a residir en gran parte de las destrezas del moderador.
- Los grupos pueden variar considerablemente. La composición de cada grupo focal tiende a tener unas características especiales, para las que el moderador debe estar preparado.
- A veces resulta difícil reunir a las personas.
- La dinámica debe ofrecerse en un ambiente que invite al intercambio de ideas. Esto puede representar algún tipo de problema de logística y a menudo se requiere ofrecer algunos incentivos para los participantes.

Etapas a tener en cuenta

Prieto & Cerdá (2002 p. 149) señalaron que, “*Un grupo focal consiste en una entrevista grupal dirigida por un moderador a través de un guion de temas o de*

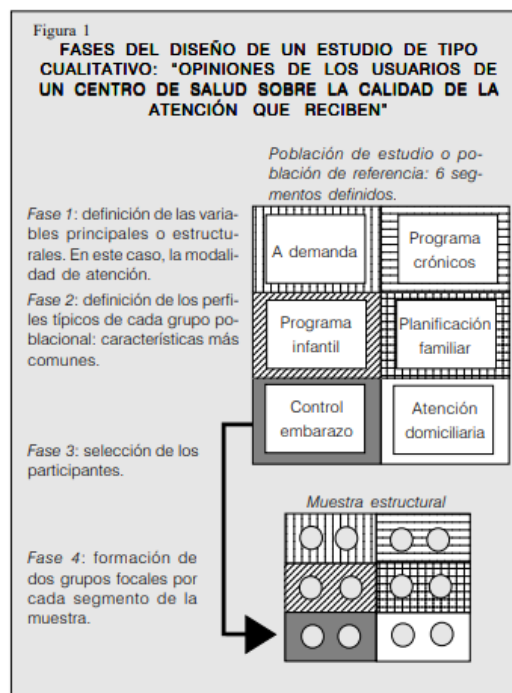
entrevista. Se busca la interacción entre los participantes como método para generar información. El grupo focal lo constituyen un número limitado de personas: entre 4 y 10 participantes, un moderador y, si es posible, un observador. A través de él se consigue información en profundidad sobre lo que las personas opinan y hacen, explorando los por qué y los cómo de sus opiniones y acciones. No se obtienen cifras ni datos que nos permitan medir aspecto alguno. Se trabaja con la información que se expresa en los discursos y conversaciones de los grupos.”

Asimismo, plantearon algunas fases relevantes, ya que, uno de los momentos clave en el desarrollo de un estudio es la fase del diseño. El rigor en la investigación depende de la calidad del diseño, en este sentido, los citados investigadores propusieron un escenario de cuatro fases, que a nuestro criterio contemplan lo necesario para desarrollar un trabajo en grupo (Imagen 1):

- Fase 1: definición de las variables principales o estructurales. En este caso, la modalidad de atención
- Fase 2: definición de los perfiles típicos de cada grupo poblacional: características más comunes
- Fase 3: selección de los participantes.
- Fase 4: formación de dos grupos focales por cada segmento de la muestra.

Imagen 1

Fases del diseño de trabajo con grupo focal.



Fuente: Prieto & Cerdá (2002 p. 150)

La Imagen 1 es una muestra de un estudio de las opiniones de los usuarios de un centro de salud sobre la calidad de la atención que reciben, los diferentes perfiles de usuarios que acuden habitualmente al centro de salud y sus opiniones empleado esta metodología. Es relevante señalar que, la metodología puede cambiar, dependiendo al objetivo de investigación y el grupo de estudio al cual nos dirigimos.

Pasos para recapitular

Hamui-Sutton & Varela-Ruiz (2013) arribaron algunos procedimientos para llevar a buen término el desarrollo de un grupo focal.

- Primer paso, establecer los objetivos: es relevante responder a las siguientes preguntas: a) ¿Qué se desea lograr?, b) ¿Qué busca con esta investigación?, c) ¿Qué información se puede obtener de este grupo?, y d) ¿Qué información se necesita para satisfacer las necesidades del estudio? (Boucher, 2003;

- Kinney y Taylor, 1998). Además, se debe tener en cuenta que los objetivos se expresan en términos de productos y de conocimiento (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 54).
- Segundo paso, diseño de la investigación: Los grupos focales pueden constituirse en la investigación en sí mismos, en la cual se triangularán los resultados con otras técnicas de recolección de datos (Kinney y Taylor, 1998).
 - Tercer paso, desarrollo del cronograma: las sesiones de los grupos focales deben de ser planificados con antelación de cuatro a seis semanas; ese tiempo es para identificar, analizar, formular y evaluar el problema de investigación, realizar un marco de referencia teórico metodológico, identificar, seleccionar, comprometer a los participantes y localizar un sitio adecuado. Igualmente, durante este lapso de tiempo se deben diseñar y conseguir los materiales de ayuda para las sesiones, etc. (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 55).
 - Cuarto paso, selección de los participantes: según Myers (1998) y Kitzinger (1995) indicaron que para seleccionar los participantes se debe tener en cuenta la edad, el sexo, las condiciones socioeconómicas, el nivel educativo, el estrato social, las actitudes y el lugar de residencia (urbana o rural) (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 55).
 - Quinto paso, selección del moderador: el moderador que se seleccione debe ser miembro del equipo de investigación involucrado en el desarrollo del grupo focal; la función principal del moderador es propiciar la diversidad de opiniones en el grupo. Sin embargo, anotan que no es necesario que sea miembro del equipo, sino que puede ser un experto o un investigador contratado, que conozca bien sobre el tema en cuestión y esté en la capacidad de crear controversia (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 56).
 - Sexto paso, preparación de preguntas estímulo: las preguntas deben ser concretas, estimulantes y flexibles y, en lo posible, deben guiar la discusión de lo más general a lo específico. Además, se recomienda partir de una lluvia de ideas para diseñar una matriz de dimensiones temáticas y preguntas potenciales, para así poder seleccionar las preguntas definitivas a partir de una prueba piloto preliminar; se sugiere que en dicha prueba se seleccionen las cinco o seis preguntas más adecuadas y pertinentes (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 56).
 - Séptimo paso, selección del sitio de reunión: sólo deben tener acceso los participantes y el equipo de investigadores; además, este sitio debe estar ventilado, iluminado, no debe haber ruidos y debe ser cómodo (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 56).
 - Octavo paso, logística: para el desarrollo de una buena sesión se recomienda que, en el salón de reunión, los participantes, en lo posible, rodeen al moderador (configuración en U), lo que puede propiciar una mejor atmosfera (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 56).

- Noveno paso, desarrollo de la sesión: durante el desarrollo de la sesión, es importante observar la reacción de los participantes, ya que esto puede generar la aparición de otras preguntas que no estaban contempladas en la planeación inicial y que pueden aportar a la investigación (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 57).
- Décimo paso - análisis de la información: al terminar las sesiones se debe resumir inmediatamente la discusión que se desarrolló en el grupo, preferiblemente con las mismas palabras utilizadas por los participantes; además, se debe transcribir de inmediato las grabaciones, para permitir que se reconstruya no sólo la atmósfera de la reunión, sino también lo tratado pregunta por pregunta. Sumado a esto, se deben analizar los relatos, actitudes y opiniones que aparezcan reiteradamente o comentarios sorprendentes, conceptos o vocablos que hayan generado algunas reacciones positivas o negativas (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013 p. 57).
- Conocer el mundo de vida del entrevistado: esto incluye el nivel socioeconómico, género, edad, grupo étnico, ocupación, nivel educativo, etc. Si es necesario un encuentro previo (pre-entrevista), se lleva a cabo para comprender mejor a los sujetos y el contexto del tema indagado.
- Aludir a los temas importantes y significativos para los participantes.
- Recuperar la cualidad de lo expresado en el lenguaje común y corriente.
- Propiciar descripciones densas, es decir, narrativas desde las cuales la experiencia individual refleje el contexto social donde se inscribe. 5. Dar especificidad a las situaciones referidas.
- Mantenerse abierto a cualquier novedad que surja en el proceso y explorarla.
- Focalizar la conversación en determinados temas.
- Detectar los aspectos ambiguos o no bien definidos que muestren los participantes, o que incluso puedan resultar contradictorios.
- Identificar cambios de las descripciones o los significados respecto de ciertos temas, en el transcurso de la entrevista colectiva.
- Ser sensible con respecto a ciertos temas que pueden afectar a los participantes.
- Cuidar las relaciones interpersonales durante la conversación.
- Lograr que sea una experiencia positiva para los participantes, al descubrir perspectivas nuevas acerca de su propia situación de vida.

Relevancia del moderador

Según Hamui-Sutton & Varela-Ruiz (2013 p. 57) indicaron que, *“una de las figuras centrales en un grupo focal es el moderador, quien dirige el diálogo basado en la guía de entrevista, previamente elaborada, da la palabra a los participantes y estimula su participación equitativa. Los siguientes son elementos de un buen moderador de grupos focales.”*

Sobre lo planteado es relevante considerar:

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 práctica los grupos focales pueden ser difíciles de organizar. De echo, no es fácil obtener una población o grupo representativo por lo que generar una estrategia metodológica de intervención contextual es sumamente importante.

La organización de formas participativas a través de los grupos focales usualmente requiere más planificación que en otros tipos de participación.

Sobre el número recomendado de personas con las cuales trabajar puede variar, así como, el número de sesiones, asimismo, el tiempo necesario de su empleo.

Como estrategia de recolección de datos, los grupos focales permiten “sistematizar” una determinada percepción de un grupo humano.

REFERENCIAS

- [1] Aigner, M. (2002). La técnica de recolección de información mediante grupos focales. *La Sociología en sus escenarios*, (6).
- [2] Boucher, F. (2003). Propuesta de una campaña publicitaria para equipos de fútbol [Tesis de grado]. Puebla: Universidad de las Américas.
- [3] Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica*, 2(5), 55-60.
- [4] Huerta, J. M. (1997). Los grupos focales. Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez, Colegio de Ciencias Agrícolas, Servicio de Extensión Agrícola.
- [5] Kamberelis, G., & Dimitriadis, G. (2013). Focus groups. London: Routledge.
- [6] Kinnear, T. y Taylor, J. (1998). Investigación de mercados. México: Mc Graw Hill.
- [7] Kitzinger, J. (1995). Education and debate Qualitative Research: Introducing focus groups. *Sociology of Health*, 311,299-302. Tomado el 15 de Enero del 2009, de www.bmj.com/cgi/content/full/311/7000/29
- [8] Krueger R A (1994). Focus groups: a practical guide for applied research. SAGE, Thousand Oaks.
- [9] Krueger R A (1998). Developing questions for focus groups. SAGE, Thousand Oaks
- [10] Mella, O. (2000). Grupos focales (“Focus groups”). Técnica de investigación cualitativa. Documento de trabajo, (3).
- [11] Miguélez, M. M. (2004). Los grupos focales de discusión como método de investigación. *Heterotopía*, 26, 59-72.
- [12] Morgan D L & Spanish M T (1984). Focus groups: A new tool for qualitative research. *Qualitative Sociology*, 7, 253-270
- [13] Myers, G. (1998) Displaying opinions: topics and disagreement in focus groups. *Language in Society*, 27 (1), 85-111. Tomado el 15 de Octubre del 2008, de Base de datos Celsius
- [14] Patton, M. Q. (1990). Qualitative evaluation and research methods. SAGE, Thousand Oaks
- [15] Prieto, M. A., & Cerdá, J. M. (2002). Investigación cualitativa. Paso a paso en el diseño de un estudio mediante grupos focales. Consultantes. Sociedad de Beneficencia de Huancayo.