

CAPÍTULO 5 Los grupos focales

¿Qué son los grupos focales?

El estudio de los grupos focales es el tema central de esta tesis de investigación, por lo que este capítulo se centrará en el estudio de los mismos, mencionando cuales son las principales características que deben tener los grupos focales, además de justificar el uso de este método de investigación.

Este capítulo está dividido en 6 partes, la primera sección hablará sobre los grupos focales desde el punto de vista de la investigación, definiendo que son y cual es la utilidad de este método de investigación.

La segunda parte de este apartado abordará las ventajas y beneficios de los grupos focales, además de comentar en la tercera sección, sobre la utilidad que tiene estos métodos de investigación en diversos estudios de comunicación. Posteriormente en la cuarta parte del capítulo, hablaremos sobre las limitaciones que tienen estos grupos de estudio, además de justificar el uso de estos, y corroborar los beneficios que facilitan para la investigación. Por último, mostraremos el proceso completo del método de investigación utilizado, así como todos los pasos realizados sobre nuestro estudio de grupo focal, analizando las conclusiones e interpretaciones respectivas de cada punto estudiado.

Hay muchas definiciones en la literatura especializada sobre la utilidad y los beneficios que ofrecen los grupos focales. Sin embargo, las principales definiciones que a mi juicio son las más acertadas, están asociadas a la idea de que son grupos de discusión

organizados alrededor de una temática o fenómeno. Estas definiciones de alguna manera definen los objetivos de los grupos focales, además de esclarecer los beneficios que otorgan a la investigación así como a la sociedad.

Abraham Korman 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 una investigación elaborada" (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm). Richard Kruger (2000) define a los grupos focales con un tipo especial de grupos en términos de propósito, tamaño, composición y procedimientos. Ya que su propósito es el de escuchar y analizar información, teniendo como principal objetivo, entender mejor los sentimientos y pensamientos de la gente con respecto algún tema, problema o servicio. A diferencia de la definición mostrada por Abraham Korman, Richard Kruger no menciona en su definición de grupos focales, que los individuos son seleccionados por los investigadores, ni tampoco menciona que se trata de un grupo de discusión. Sin embargo, Richard Kragan redondea esta idea afirmando que dentro de los objetivos del grupo focal está el hecho de "recolectar información que sea de interés para el investigador, típicamente para encontrar un rango de opiniones de la gente a lo largo de varios grupos. El investigador compara y contrasta la información obtenida de al menos 3 grupos focales."(Kragan: 2000,p.p.11)

David Morgan tiene una definición similar a la de Kragan, argumentando que los grupos focales son una técnica de investigación que recolecta información producto de la interacción de un grupo de personas, sobre un tópico determinado por el investigador. Morgan parte del supuesto de que esta sería la esencia de los grupos focales , pues el

investigador tiene sumo interés de analizar e interpretar la información obtenida de la interacción del grupo. (Morgan:1996).

Leonard Cargan por su parte, define el focus group “como un proceso sistemático de entrevista para la obtención de información, mediante una entrevista de discusión previamente estructurada por el moderador del grupo” (Cargan:1991.p.83). Pero en mi opinión la afirmación más acertada la dice Richard Kragan (1991) ya que menciona que el grupo focal es un método cualitativo de investigación, que utiliza la discusión grupal como técnica para la recopilación de información, por lo que puede definirse como una discusión cuidadosamente diseñada para obtener las percepciones de un grupo de personas, sobre una particular área de interés. Kragan en su afirmación, abarca todas las ventajas que ofrece el grupo focal, ya que es posible manipular y dirigir la discusión para recopilar información de acuerdo a algo en particular, pues no se deben descuidar los objetivos trazados inicialmente para la investigación. También se debe mencionar que el estudio que se trata de un método cualitativo de investigación, además de estar ligado a un grupo de discusión.
(<http://rrpac.upr.clu.edu:9090/~treyes/investig/metcualitativos.htm>)

Otra definición que puede adecuarse al estudio de focus group o grupos focales, es la de González, pero se puede aplicar o interpretar más que nada a los grupos de discusión pequeños, sin embargo el autor liga en gran parte su definición a los grupos focales definiéndolo como “un intercambio mutuo de ideas y de opiniones entre los integrantes de un grupo relativamente pequeño”(González:1978.p.59). El autor ahonda en que esta técnica permite el máximo de acción y de estimulación recíproca entre los integrantes, en donde se otorga responsabilidad para que todos participen en las actividades, que

tiene como objetivo enseñar a los integrantes a pensar como grupo y a desarrollar un sentido de igualdad .(González:1978.p.59).

Todas estas definiciones tienen un común denominador en que el estudio de grupo focal sirve para la recopilación de información en base a experiencias personales sobre un tema en específico, basado en el intercambio de opiniones en una reunión de personas. Sin embargo, algunos investigadores varían su definición en base a que unos atribuyen el grupo focal como una reunión de individuos, y otros como una entrevista de discusión, pero en la mayoría de las definiciones se habla de que la interacción entre los miembros del grupo es imprescindible.

Utilidad y ventajas de los Grupos Focales

Tradicionalmente, la técnica de grupos focales ha sido utilizada en estudios asociados con la medición de satisfacción de usuarios, consumidores o clientes de servicios (en especial enfocados para ventas, marketing y publicidad). En esta situación, los usuarios pueden convertirse en un medio institucionalizado para mejorar o cambiar los servicios. (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm). Merton dice que los grupos focales se comenzaron a usar para mejorar ciertos problemas en la comunicación, relacionados a la propaganda política utilizada durante la Segunda Guerra Mundial. Esta misma idea la refuerza Morgan, diciendo que “los grupos de entrevista (focales) jugaron un notable papel en los programas de investigación social durante la Segunda Guerra Mundial, incluyendo esfuerzos por examinar el grado de persuasión de la propaganda así como su efectividad “(Morgan:1997.p.4).

Hoy en día la finalidad de preocuparse por los estudios de grupos focales, está encaminada en conocer los pensamientos y sensaciones de la gente, sobre algún tema en

particular. Y de acuerdo a Merton, el grupo focal provee algunas bases para interpretar significados y efectos que producen los medios masivos de comunicación en la gente, además de podemos analizar ciertos efectos producidos por diferentes fenómenos sociales, ya que gracias a el uso del grupo focal, los investigadores tienen el beneficio de conocer y analizar estos efectos (Merton:1990). Krueger afirma que el trabajo de los grupos focales particularmente se determina de las percepciones, sentimientos y pensamientos de la gente estudiada acerca de ciertas problemáticas.

Pero parte del uso del grupo focal de acuerdo a Krueger, es para la toma de decisiones antes, durante o después de un evento o programa, propiciado por las ideas aportadas por el grupo. Otro uso es para el mejoramiento de algún producto o programa, relacionado en el aspecto comercial o industrial o bien para conocer el grado de satisfacción del consumidor. Algunas instituciones públicas, usan los grupos focales para ayudar a estructurar sus planes y delinear sus metas, además de que estos organismos pueden prever sus necesidades en un futuro gracias a la opinión recolectada de la gente entrevistada. El grupo focal además sirve como estrategia para definir y entender problemas de calidad. En cuanto a la comunicación organizacional, el uso dado por las empresas, es para entender en su propio beneficio sobre las motivaciones, incentivos, influencias que tiene sus empleados y así mejorar su rendimiento mediante la satisfacción de sus necesidades, los cuales son conocidos por la empresa gracias al grupo focal, sin mencionar la herramienta tan importante que son la para investigación académica (Krueger:2000) Al igual que Krueger, Morgan aborda el hecho de que el grupo focal a diferencia de otros estudios puede tener diferentes propósitos, ya que pueden ser la base de un estudio completo, hasta ser usados como suplemento de otro

método primario o bien puede ser combinado con otros métodos cualitativos.
(Morgan:1997)

Esta flexibilidad de usos de los grupos focales e las ciencias sociales, contrasta con las aplicaciones que tiene en el campo del marketing, en los cuales han servido como pasos preliminares de los estudios cualitativos históricamente afirma Morgan. Reforzando esta idea, podemos agregar que el uso de los grupos focales se ha limitado principalmente al sector de la venta y la publicidad, y en algunas excepciones, los grupos focales han sido utilizados para diseñar intervenciones o programas sociales. Por ejemplo, en 1991 la información sobre las causas de la deserción escolar obtenida mediante el uso de grupos focales fue utilizada para diseñar un programa de prevención denominado Retención Escolar Trabajo y Ocupaciones (RETOS). La efectividad del programa se debió, en gran parte, a la precisión con que se identificaron los elementos de riesgo. Es decir, los generadores de la deserción.
(<http://rrpac.upr.clu.edu:9090/~treyes/investig/metcualitativos.htm>).

Un ejemplo que puede ilustrar la idea anterior , se dio cuando 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.
(www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

En mi opinión diversas instituciones o empresas que brindan un servicio al cliente, utilizan esté método con el fin de conocer de que manera pueden agradar y servir con

mejores resultados al público, y en la mayoría de los casos los resultados se ven reflejados en el aspecto económico. Así mismo, antes de lanzar un nuevo producto al mercado se utiliza el estudio de grupo focal para conocer las opiniones y percepciones de un grupo de personas previamente seleccionadas, y así considerar las ventajas y desventajas del producto.

En menor rango esta técnica es de gran ayuda en la generación de hipótesis en un estudio de mayor trascendencia. Para algunos investigadores la técnica de grupos focales es limitada en términos de su capacidad para generar resultados que representen la opinión de una muestra importante, porque el número de participantes en los grupos focales es relativamente pequeño y no representativo. Es por ello que los investigadores deben de ser los mayormente cuidadosos a la hora de escoger a las personas que van a formar parte de sus grupos de estudio, para tratar de ser en lo posible lo más representativo. (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Una de las grandes ventajas del estudio de grupos focales radica en que los participantes son orientados hacia ciertas situaciones reales que son en la mayoría de los casos, estructuradas de tal manera de que los participantes sientan empatía hacia estas condiciones mostradas, y así puedan expresar desde ese contexto estructurado sus opiniones. Además el formato y diseño en las discusiones puede ofrecerle al moderador la flexibilidad necesaria para explorar asuntos que no hayan sido anticipados o bien se hayan olvidado en la estructura previa de la entrevista, en pocas palabras el moderador tiene la opción de improvisar la discusión en caso de que tome un curso no deseado. (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Robert Merton habla que en relación a una entrevista individual, un grupo focal es en muchas maneras mas productivo, además de que implica todo un proceso social esta forma de trabajo (Merton:1990). Ligado a la idea anterior David Morgan manifiesta que una demostración de las ventajas que puede ofrecer el grupo focal es que ofrece observaciones centradas en los intereses del investigador, y que las conclusiones dadas por 2 u 8 personas producirán ideas más nutritivas en significado y contenido que las hechas a 10 personas en entrevistas individuales (Morgan:1990).No obstante, debemos de tomar en cuenta que la cantidad de tiempo invertida en 10 sesiones individuales no se compara con el tiempo invertido en una sola sesión de un grupo focal.

Merton agrega que el hecho que la entrevista sea en grupo, favorece a que se genere interacción dentro el grupo, pues los participantes afloran intimidades cuando expresan sus experiencias y sentimientos. Así mismo, entrevistar a varias personas a al vez en lugar de a una sola, le da al investigador la ventaja de contar una amplia variedad de opiniones y respuestas, que a la postre marcan una mayor objetividad en las conclusiones finales del grupo. Para que esto se de con mayor facilidad, el moderador debe hacer sentir una atmósfera positiva, de tal manera que los participantes externan su opinión sin importar si es correcta o no, o bien sin que sientan la presión de que esta en desacuerdo con la demás respuestas. (Merton:1990). Sobre esta misma idea, David Morgan afirma que “es necesario que exista dependencia del investigador hacia el grupo para que se pueda dar la interacción”.(Morgan:1990)

La fuerza de esta dependencia entre entrevistador y entrevistados para a depender de la habilidad del moderador para tratar de concentra grandes cantidades de información en el tópico que al él le interese y en estos se genere la retroalimentación de ideas.

Unas de las características más importantes de los grupos focales es que además de que la técnica utilizada es fácil de llevar a cabo, los resultados y conclusiones de estos estudios, además de creíbles tienen validez para los usuarios de esta información. No obstante, el costo de estos estudios que se reducen solo a las discusiones ó reuniones lo que representa un bajo costo, pues no necesita mayor inversión que un lugar propio (salón de clases, sala de casa) para llevarse a cabo una reunión, grabadora de mano y/o video, en ese sentido llevar a cabo un grupo focal no representa mayor obstáculo en el lado económico. Como dice Morgan “La fuerza del grupo focal la mantiene su reputación de ser un estudio rápido y fácil” (Morgan:1990,p.13).

Además, la producción de resultados y conclusiones es bastante ágil en cuanto a tiempo, no requiere de semanas para conocer las opiniones y percepciones de los participantes. Además de que por otro lado, el grupo focal le permite al investigador aumentar la muestra de estudio sin cambiar drásticamente el tiempo que nos requiere llevar a cabo la investigación (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm), tal y como se menciona en el párrafo anterior, el moderador tiene la flexibilidad de improvisar muestra, preguntas, objetivos durante el proyecto. Para Morgan esto es un arma de dos filos puesto que el proyecto se hace menos natural (espontáneo), y existe la posibilidad de que haya menos efectividad en lo que los participantes dicen, puesto que el moderador puede influir directa o indirectamente en las declaraciones del grupo.(Morgan:1990). Al referirse el autor al término efectividad, se refiere a que sean manipulados de alguna u otra manera las ideas de los participantes, de tal manera que vayan expresando lo que el investigador quiere oír, no es un hecho, pero si es una posibilidad.

González por su parte señala que mediante este método es posible establecer situaciones que favorecen a la conducción de grupo, puesto que a pesar de que un grupo focal necesita ser planeado con anterioridad, se tiene la ventaja de que el moderador pueda improvisar y cambiar algunos puntos a discutir durante la sesión si así lo cree conveniente, con el fin de que los participantes puedan ampliar y complementar sus puntos de vista, y así estructurar una mejor idea de acuerdo a lo que se busca en el grupo focal (González:1978).

Para garantizar que la sesión de trabajo sea la óptima, se debe de generar una relación activa, es decir una dinámica grupal, como lo ha mencionado con anterioridad Morgan, entre el equipo investigador representado por el moderador y los participantes los cuales no de deben exceder mayor a 10 miembros con el fin de propiciar una discusión amena, dinámica y eficaz, con el fin de que exista una retroalimentación constante entre los miembros del grupo focal (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm). Krueger concuerda en que el grupo focal debe ser compuesto entre 5 y 12 personas como máximo, sin embargo mientras más pequeño sea va a ser mejor para los participantes pues tendrán mayor oportunidad de participar , y así si habrá mayor diversidad de percepciones, ya que si excede de esa cantidad el grupo se fragmenta (Krueger:2000).

De acuerdo a González y a otros autores durante la entrevista se pueden presentar diversos tipos de comportamientos por parte del grupo y que de esta manera muestren actitudes y sentimientos (afectos, desafectos, prejuicios, hostilidad, simpatías, etc.) que pudieran influir entre los participantes. Por esta razón el moderador debe de evitar que se presenten estas barreras, pues queda la posibilidad de que no logre alcanzar la

retroalimentación necesaria. Un factor que se debe de tomar en cuenta previo al grupo focal, es el hecho de estructurar un grupo homogéneo en cuanto a perfil sociocultural y educacional. Es decir, que los participantes tengan un respaldo similar para que la entrevista sea más efectiva (Merton:1990). El mismo autor hace hincapié en este factor ya que de lo contrario mezclar entre la muestra del grupo, personas con distintos niveles educacionales y económicos, propician que los participantes de menor nivel, se sientan inhibidos a la hora de participar. Ya que su menor grado educacional origina que sea gente, con menor facilidad de palabra y poco explícitos al momento de querer expresar sus ideas, y eso hace que inevitablemente propicien lapsos grandes de silencio, y de acuerdo a Merton ellos mismos van excluyendo del grupo. El autor redondea la idea afirmando que "entrevistados de menor status social son particularmente aptos de sentirse inhibidos, al ellos solo escuchar a las personas de status mas alto responder a los cuestionamientos"(Merton:1990.p.138).

Krueger comenta que un grupo focal debe ser caracterizado por la homogeneidad , para que no contraste ni tengan tanta variación las opiniones, además que el grupo debe ser homogéneo en ocupación profesional, estudios, edad, sexo, y características familiares (Krueger:2000).

Merton también recalca que "Cuando los miembros del grupo son ampliamente disparados en cuanto a status social o difieren grandemente en inteligencia o logros educacionales, la entrevista tiende a ser doblemente peligrosa (Merton:1990, p.137).

Otro factor que se debe de tomar en cuenta, es el rol de líder, ya que en todos los grupos focales y/o entrevistas grupales, surge este efecto. El moderador debe controlar

este efecto, pues de lo contrario, perderá el control del grupo, y se disputará el liderazgo de los demás con el que asuma el rol de líder.

Merton habla de que en cualquier grupo ya sea focal o de entrevista, algunas personas suelen hablar más que otras, eso nos queda muy claro pues como sea, es el resultado de que estas personas son menos inhibidas que otras, pueden ser menos o más volubles en cuanto a carácter, más inteligentes, o bien lo que se comentó anteriormente mayor status social que le genere la confianza de participar más, además de tomar en cuenta que posiblemente estén más familiarizados con el tema de discusión. Por estos y otros motivos estas personas emergen como líderes informales, influyendo en los reportes de otros. De acuerdo a Merton, un líder dentro del grupo poco controlado puede generar en el grupo focal; que algún comentario demasiado detallado o documentado, va a influenciar los comentarios de las demás personas del grupo. También cuando existen varios candidatos a tomar el rol de líder, se convierte en una entrevista grupal virtualmente monopolizada por estas personas, sin aportar las ideas necesarias al grupo, pues los demás se convierten en oyentes en lugar de participantes. Las respuestas de un líder simplemente son secundadas por los demás, y los participantes solo repiten las respuestas del líder. (Merton:1990), mermando los fines de la investigación.

El investigador no puede eliminar este efecto, pero puede mantenerlo controlado de tal manera que el rol del líder no influya negativamente en los demás, sino todo lo contrario, sabiéndolo en causar le puede ser útil para propiciar mayor participación y mayor dinamismo al grupo en general.

Así mismo, se puede generar ruido en el caso de que unos y otros miembros del estudio pueden influir considerablemente en los acuerdos que se buscan, es decir en los objetivos señalados inicialmente. Esta situación es prácticamente inevitable, puesto que las constantes interrupciones entre los miembros, alguna discusión o discrepancia fuera del contexto, propicia que se pierda la seriedad obtenida por parte del grupo focal pudiendo perjudicar los fines de la investigación. Sin embargo, si es bien manejada puede contribuir a conformar un clima favorable para lograr una mayor profundidad en la información y de esta manera los resultados obtenidos tengan mayor validez y utilidad para la sociedad.

Técnica de grupos focales

Otro factor importante a considerar durante de la sesión del grupo focal, es que el moderador debe confrontar a uno o varios de los participantes si el entorno lo permite, sobre un asunto previamente conocido, o conforme a una pregunta o idea a desarrollar planeada con anterioridad. Esto es importante porque el investigador puede explorar y analizar entorno a cierta información que el desee conocer con mayor profundidad, pues puede intercambiar opiniones dentro del grupo y así establecer la posición de las personas con respecto a este apartado. De esta forma, las opiniones obtenidas deben ser tomadas en cuenta con mayor atención, pues son puntos que serán analizados con más detenimiento y que serán trascendentales a la hora de interpretar las conclusiones finales de la investigación (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Este sano intercambio de ideas y opiniones es lo que realmente va a enriquecer una investigación de grupo focal, puesto que el éxito de una buena sesión de grupo focal radica en la confrontación de opiniones entre los asistentes, sin llegar a confrontarlos en el plano personal, pero si que exista una retroalimentación de juicios y opiniones.

De acuerdo a González esta modalidad de elaborar información es conocida como técnica de grupos focales, la cual “permite una aproximación y discusión relativamente rápida y global de algún en específico. Esto pasa ya que se puede además de identificar, también se puede explorar las preocupaciones de los participantes en relación a los diversos tópicos de discusión, proporcionando apreciación y comprensión para los investigadores” (González:1978.p.59).

Las funciones de los investigadores en un estudio de grupo focal consiste por lo regular, en que un moderador conduce la discusión, mientras que otro que generalmente hace el papel de "relator", tomando 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 manifiesten una nuevas actitudes o comportamientos por parte de los individuos que puedan contrastar con la que individualmente están aportando verbalmente, por lo que el investigador debe de ser previsor en ese sentido, no debe solo centrarse en estudiar el contexto verbal del grupo si no también dominar todos los aspectos secundarios que se presentan en el estudio.

Korman, concuerda con la idea anterior ya que afirma 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, tanto sus vivencias, su lenguaje cotidiano, sus valores y creencias acerca de la situación en que viven” (Korman:1978.p.118) Es importante la interacción puesto que también le permite a los participantes preguntarse y reconsiderar sus propios puntos de vista sobre sus experiencias específicas, ellos mismos reestructuran o bien confirman sus criterios al escuchar otras opiniones, ya sean distintas ó similares. En concreto la interacción 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.
(Korman:1978)

En mi opinión la interacción social le brinda a la investigación de grupos focales su principal ventaja la cual es “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.”
(www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Otra ventaja del grupo focal es que le permite al investigador analizar y seleccionar la información necesaria para centrarse en los puntos importantes de análisis , y así escoger el discurso real e ideal de la investigación. de acuerdo a lo que el grupo comprenda y lo que hace pueda ser mejor entendido, y los significados sean revelados de acuerdo a sus explicaciones de sus conductas y actitudes serán mas rápidamente reelaboradas y comprendidas por parte de los investigadores.(Korman:1978)

La participación en un grupo focal tiene innumerables ventajas, tanto desde el punto de vista cognitivo como desde el psicológico. Esto se debe a que es una importante oportunidad para los participantes, de ser parte de un proceso participativo, es decir, intercambiar ideas y opiniones con otras personas. Además, de que ellos son considerados como "conocedores del tema " , y ser parte del trabajo investigativo puede ser un elemento que favorece la autoestima y el desarrollo del grupo. Si un grupo logra consolidarse tanto en su parte funcional como social, podrá explorar interpretaciones y soluciones a problemas particulares que no podrían alcanzar estos mismos sujetos en el plano individual, ya que suelen intimidarse fácilmente y no logran profundizar sus

criterios

con

facilidad

(<http://rrpac.upr.clu.edu:9090/~treys/investig/metcualitativos.htm>).

Los grupos focales requieren de procesos de interacción, discusión y elaboración para poder llegar a acuerdos dentro del grupo, por medio de 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 para llegar a conclusiones producto de la interacción y elaboración de acuerdos entre los participantes.

De acuerdo a Richard Krueger la intención de los grupos focales es promover la autoapertura entre los participantes ya que para algunos individuos, la auto-exposición a expresar sus ideas frente a otras personas les resulta fácil, natural y cómodo mientras que para otros, les resulta difícil e incomodo, por lo tanto la auto-exposición requiere confianza, esfuerzo, y coraje (Krueger, 1991).

Los grupos focales se caracterizan por estar constituidos por personas que poseen ciertas características en común que puedan proveer datos o información relevante de naturaleza cualitativa mediante su participación en una discusión enfocada (Krueger, 1991). Estos deben ser lo suficientemente pequeños como para permitir la oportunidad a cada participante de compartir su discernimiento de las cosas, y a la vez lo suficientemente grande como para proveer diversidad de percepciones (<http://rrpac.upr.clu.edu:9090/~treys/investig/metcualitativos.htm>).

Propósito de la entrevista en el grupo focal

Robert Merton, en su artículo "La entrevista focalizada" 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 logre reunir 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 como los participantes elaboran grupalmente su realidad y experiencia entorno a una temática. Como en todo acto comunicativo, debe de existir un contexto (cultural, social), entonces el investigador debe dar prioridad a la comprensión de esos contextos comunicativos. Esta modalidad de entrevista grupal es abierta y como se menciona antes es previamente estructurada, y generalmente adopta la postura de una conversación en grupo, en la cual el investigador plantea algunas temáticas como preguntas asociadas a algunos antecedentes que orientan la dirección de la misma, de acuerdo con los propósitos y objetivos de la investigación. En este sentido el grupo focal, se diferencia de una conversación coloquial porque el investigador plantea, previamente las temáticas y, si es el caso, el tópico (planteamiento) no se da por agotado ya que puede regresar nuevamente una y otra vez puesto lo que interesa al investigador es captar los diversos puntos de vista sobre el asunto discutido, con la mayor profundidad y claridad posible (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Esto permite que la entrevista, bajo esta modalidad grupal, se convierta 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 el interés de los miembros por el tema la temática en función de que se logre una empatía entre los participantes. La idea es que mediante esta estrategia, se lleve a cabo

una buena entrevista, pueda despertar-estimular un interés en el entrevistado(s) sobre el tema. (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

Por otra parte, es conveniente para el investigador 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 y preguntas, además de que se sugiere al investigador aclarar el sentido de tomar notas, grabar o filmar cada una de las intervenciones de los participantes por irrelevantes que sean.

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 en los participantes que puede ser lograda a través de un grupo focal o entrevista grupal (www.ccp.ucr.ac.cr/bvp/texto/14/grupos_focales.htm).

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.

Por otro lado, comparado con la técnica tradicional de la observación científica, un grupo focal permite al investigador obtener una información específica y colectiva en un período de tiempo corto. 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.

Las áreas de investigación que más se han beneficiado con el estudio del focus group son las áreas de Planificación Estratégica, La Identificación de Necesidades y la Evaluación de Programas. Esto se ha traducido en una ventaja para los profesionales que quieren mejorar los programas y la prestación de servicios, y mediante los grupos focales pueden proveerles información sobre las percepciones, los sentimientos, y las actitudes de los clientes sobre sus programas (estudios) (Krueger, 1991). De esta forma se puede llegar a tener la capacidad de enfocarse en el cliente, el cual puede hacer la diferencia entre la capacidad de una empresa para mantenerse o desaparecer del mercado, ese es el. Los autores Peters y Waterman (1982) atribuyen una parte de la excelencia en las industrias norteamericanas a su capacidad para mantenerse enfocados en los clientes.

Según Krueger (1991), la entrevista de grupo focal funciona porque incide en las tendencias humanas. Las actitudes y las percepciones relacionadas con los productos,

los servicios, o los programas que tienen las personas, son desarrollados en parte en su interacción con otras personas. La evidencia de los grupos focales sugiere que las opiniones de un individuo pueden cambiar en el curso de la discusión con otros porque las personas influyen las unas a las otras por medio de sus comentarios. Los analistas de grupos focales pueden descubrir más información sobre cómo dicho cambio ocurrió y la naturaleza de los factores influyentes. De esta manera el científico tiene la posibilidad de influir en el cambio por voluntad propia (Krueger, 1991).

Aunque la técnica de los grupos focales tiene muchas ventajas, también tiene sus grandes limitaciones, pero algunas de ellas pueden ser evitadas mediante un cuidadoso trabajo de planificación y un habilidoso moderador. Sin embargo, otras son inevitables, propias de esta técnica de investigación. El investigador en su rol de moderador del grupo de discusión, tiene menos control sobre la confiabilidad de las conclusiones producidas que en otras técnicas de recolección de información si se garantiza. Es necesario 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, en pocas palabras perder el miedo a que haya una retroalimentación de ideas, el problema es como lograrlo. Pese al limitado control sobre la interacción del grupo, una de las cosas más importantes es mantener el hilo conductor sobre la temática y que la elaboración de conceptos por parte de los participantes, no sea desbordada por factores ideológicos, políticos o existenciales.

Otra desventaja de la técnica de los grupos focales es la difícil planificación en lo que respecta a el manejo del tiempo en el desarrollo de la entrevista, y el logro de acuerdos

o conclusiones colectivas.

(<http://rrpac.upr.clu.edu:9090/~treyes/investig/metcualitativos.htm>)

Acerca de las 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.

Una de las mayores limitaciones que podemos identificar es la que menciona que el grupo normalmente es influenciado por una o dos personas más dominantes que las demás, lo que denominamos anteriormente como el efecto del líder, y polarizan la información de manera negativa dentro del grupo. Esto pasa si el moderador no tiene la suficiente experiencia, pero si la tiene puede manejar perfectamente distintas personalidades sin dar oportunidad de influenciar al resto de los participantes.

(www.groupsplus.com/pages/Respect3.htm)

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.

González afirma que es necesario la existencia de algún problema en común y que los resultados del mismo estén relacionados directamente con los participantes. Así mismo, nunca debe haber ideas secretas en los grupos de discusión, lo que depende de que cada integrante este dispuesto a compartir todas y cada una de las ideas que genere.

En resumen, el grupo focal es un método que ofrece muchas ventajas gracias a el poco tiempo y dinero que exige para su realización, además le permite al investigador retroalimentarse de manera directa con los participantes, brindando la oportunidad de obtener resultados con un alto grado de confiabilidad, pues las respuestas dadas por las personas entrevistadas son de forma interpersonal, por lo que la información se analiza directamente y de forma cualitativa.

Esta investigación la cual se apoya en la técnica de grupos focales, requiere de la implementación de una metodología de 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 en específico, para posteriormente analizar esta información obtenida.

Aunque el grupo focal es una sesión de discusión entre varios individuos, teóricamente es artificial ya que empieza y termina con la conversación sostenida, o con la reunión, le brinda al investigador controlar el proceso y el curso de la investigación de acuerdo a los objetivos planteados. Por lo que en estos grupos, su existencia se reduce a la situación del estudio, mostrando una dinámica que se orienta a producir algo y que existe por y para un objetivo determinado de estudio. El grupo es constituido mediante

un espacio de "opinión grupal", y en él que los participantes hacen uso del derecho de emitir opiniones que quedan reguladas en el intercambio grupal. Esta es la parte esencial de ese tipo de dinámicas grupales, ya que el investigador los reúne y constituye como grupo obteniendo conclusiones en general de las opiniones del grupo.

Vale la pena señalar que el moderador aunque tiene el deber de estructurar previamente las preguntas de la sesión, y cuenta con la ventaja de poder improvisar ya empezado el grupo focal, pues dependiendo el rumbo que tome la sesión, el moderador puede cambiar el curso y la forma de preguntar de acuerdo a los objetivos que persigue inicialmente.

Durante la sesión es de suma importancia que el moderador nunca pierda el control del grupo, de tal manera que entre los participantes no se genere ruido ni distracción, ni se manipulen entre ellos mismos la respuestas, además de que es deber del moderador crear una atmósfera agradable, que propicie confianza entre los participantes para comentar sus experiencias.

Metodología y encuesta previa

La metodología utilizada para la realización del estudio de grupo focal con respecto a las percepciones sobre la serie de televisión *Friends* fue la siguiente:

En primera instancia, se aplicó una encuesta a más de 60 estudiantes universitarios como filtro, para asegurarnos de que estos estudiantes cumplirían con las características requeridas para ser parte del estudio de grupo focal. Las características tenían que ser edad de 18 a 25 años, estudiantes de nivel licenciatura, que radicaran en la ciudad de Puebla.

Las encuestas (véase apéndice 1), se aplicaron en las salas de cómputo de la sala de negocios (edificio 8), sala de cómputo de Humanidades (edificio 31), y el Centro Social de la Universidad de las Américas-Puebla.

El objetivo de la encuesta aplicada (apéndice 1) es el de conocer con la mayor certeza posible, que las personas calificadas para formar parte del grupo focal, tienen pleno conocimiento sobre la serie *Friends*, en cuanto a contenido, temática, y comportamiento de sus personajes. Esto es con la finalidad de asegurar, que en un supuesto caso de que los encuestados cumplieran con los requisitos del segundo filtro (véase apéndice 2) y calificaran para formar parte del grupo focal, tengan el conocimiento necesario sobre la serie. De esta manera, ellos van a tener un criterio y un punto de vista más estructurado entorno a la trama y contenido del programa, por lo que sus opiniones y argumentos estarán mejor sustentados en el momento de desarrollar el grupo focal.

La encuesta (apéndice 1) contiene 9 preguntas referentes a la serie de televisión *Friends*, las cuales fueron redactadas y escogidas, de tal manera que fueran lo más balanceadas posibles, en cuanto a que fueran preguntas relacionadas con los personajes de la serie, así como hechos y situaciones que han ocurrido en las distintas temporadas de la serie, con el fin de que los encuestados que obtuvieran mayor número de aciertos, garantizaran que conocen el *sitcom Friends*, de tiempo atrás. El grado de dificultad de estas preguntas es bastante alto, por lo que se decidió que un encuestado que obtuviera al menos 4 o 5 aciertos de los 9 posibles, era un candidato a considerar, pues por la dificultad de las preguntas, había demostrado ser un fiel seguidor de la serie, y por ende, conoce las ideas principales que conforman el *sitcom*.

De las 60 personas encuestadas, el 66% obtuvo al menos 5 aciertos, teniendo un promedio de 5.5 aciertos por encuestado, es decir se acertó con el 61% del total de los reactivos aplicados. Sólo 12 encuestados de un total de 60, logro tener el score perfecto 9 de 9 aciertos.(Véase gráfica 1)

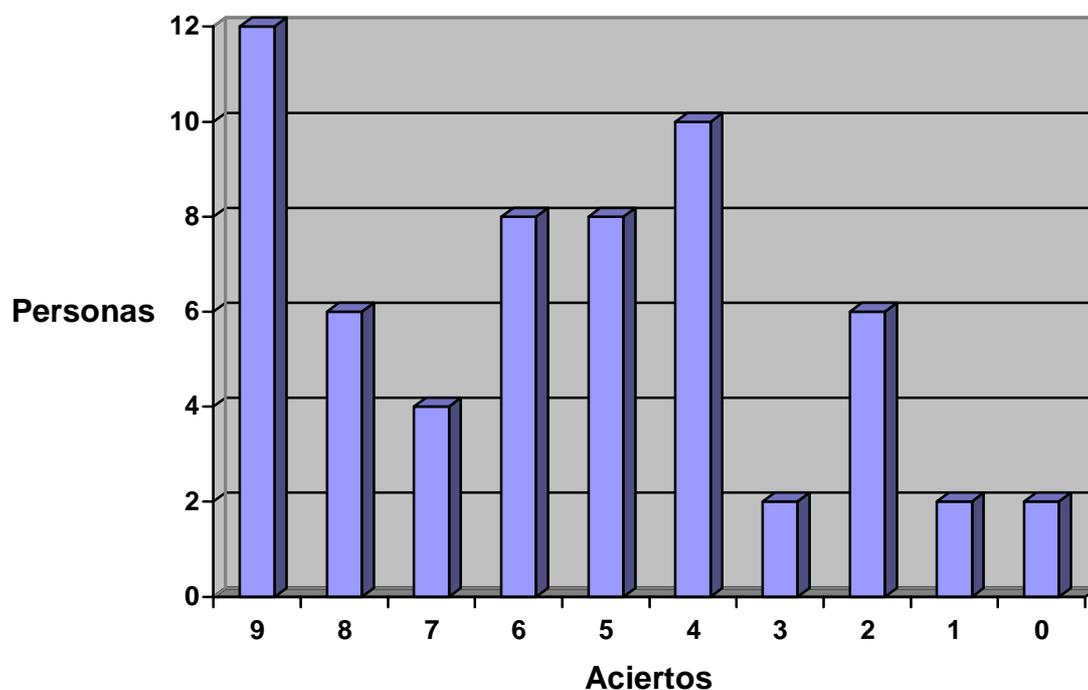
De esta primera encuesta, se seleccionaron 15 personas que más aciertos hayan obtenido del filtro número uno, pues de acuerdo a lo mencionado anteriormente, cumplen con requisitos estipulados en principio para formar parte del grupo focal.

El siguiente paso a seguir es asegurarnos que las personas seleccionadas, cumplieran con el filtro número dos (véase apéndice 2), referente al nivel socioeconómico. Sin olvidar los requisitos de edad, (18 a 25 años), nivel socioeconómico (Medio-alto, alto), y que radicaran en la ciudad de Puebla, además de que estuviesen estudiando una carrera universitaria o bien tengan el título universitario.

La segunda parte de esta encuesta fue entorno a conocer el nivel socioeconómico de los encuestados, mediante un filtro de información basado en 4 preguntas que garantizan saber el nivel económico de nuestra muestra (véase apéndice 2) a que sector socioeconómico pertenecen los candidatos elegidos. De esta forma la investigación garantiza que las personas a entrevistar conocen a fondo la serie *Friends*, además de pertenecer a un nivel socioeconómico medio, medio-alto o alto para formar finalmente de nuestro grupo focal.

Esta encuesta consta de 4 apartados, y de acuerdo a este filtro cada punto tiene su respectiva forma de calificación, ya que la sumatoria total de cada apartado da como resultado un número, el ya tiene establecido una calificación, que clasifica al encuestado en un nivel socioeconómico que puede ser clase A, B, C +, C, C- y D.

Una vez que nuestros encuestados hayan calificado con un nivel socioeconómico A, B o C, tengan los requisitos previamente estipulados, como la edad y grado universitario de estudios, entonces se prosiguió a continuar con el grupo focal.



Gráfica 1 Aciertos por número de personas

Sesión de trabajo en los grupos focales

Se llevaron a cabo 3 sesiones de grupos focales los días martes 4 de Mayo del 2004 a las 12:00 p.m. y el jueves 6 de mayo del 2004, a las 10:00 a.m. y a las 16:00 p.m. del 2004, en un departamento privado ubicado en San Andrés Cholula en el estado de Puebla.

Objetivo: Conocer y analizar los juicios y percepciones, así como la manera en que influyen los contenidos de la serie de televisión *Friends*, en los jóvenes universitarios poblanos de 18 a 25 años de un nivel socioeconómico medio-alto.

Personas Invitadas a los grupos focales: 15 jóvenes universitarios de la ciudad de Puebla de 18 a 25 años, con un nivel socioeconómico medio-alto, que previamente cumplieron con los 2 filtros necesarios (véase apéndice 1 y 2) para poder ser parte del grupo focal.

A los participantes del grupo focal se les invitó mediante un correo electrónico, además de que a la mayoría se le hizo una invitación de manera interpersonal, al igual que un recordatorio por teléfono un día antes de cada sesión.

Sesión de Trabajo:

Presentación Moderador (3 minutos). En términos generales se le pidió a las personas presentes, su cooperación y la mayor seriedad posible con esta tesis de investigación, tratando de ser lo más objetivos en sus comentarios. Así mismo, se exhortó a los presentes a que respetarán las intervenciones de las demás personas, hablando una persona a la vez.

Presentación Participantes (3-5 minutos). Cada participante se presentó con su nombre, además de que se resolvieron las últimas dudas entorno al grupo focal.

Apertura de la sesión basada en la guía de preguntas (30 minutos). La sesión comenzó con las preguntas de base, que se tenían previamente preparadas. En un principio imperó un ambiente un tanto introvertido por parte de los participantes, producto del nerviosismo posiblemente peor poco a poco se trató de que se generara mayor confianza entre los participantes.

Si la sesión se prestaba, podía improvisar algunas preguntas que me permitieran obtener mayor información de parte de los participantes, a su vez, preguntar el mismo concepto pero de diferente manera hacía que se comprendieras mejor la pregunta y las respuestas fueran más substanciales.

En general las sesiones tuvieron una duración de entre 25 y 35 minutos.

Conclusiones del grupo focal, y puntos destacados resultantes de la discusión. (5 minutos).

Al final de cada sesión se trato de hacer una breve síntesis de los puntos más destacados así como una pequeña conclusión general de parte de los presentes.

Participación por jornada de Trabajo:

Grupo Focal Realizado el Martes 4 de mayo del 2004 12:00 hrs

Se enviaron 5 invitaciones vía e-mail

Acudieron 3 personas.

3 mujeres

Gabriela 19 años

Oliva 20 años

Maria Fernanda 22 años

Grupo Focal Realizado el Jueves 6 de mayo del 2004 a las 16:00 p.m.

Se enviaron 8 invitaciones vía e-mail

Acudieron 7 personas

Mariana 22 años

Marianne 24 años

Rosalía 22 años

Alejandra 22 años

Paulina 23 años

Frida 25 años

Mario 25 años

Grupo Focal Realizado el Jueves 6 de mayo a las 10:00 a.m.

Se enviaron 6 invitaciones vía e-mail

Acudieron 5 personas.

Alicia 22 años

Denisse 20 años

Blanca 20 años

Luis Enrique 21 años

Gabriel 21 años

Total de participantes: 15