

Traducción resumida (Pía, octubre 2004)

Krueger, Richard (1988) Focus groups. A practical guide for applied research. Beverly Hills, CA: Sage.

Grupos focalizados en el campo de la evaluación:

Campo particular que se caracteriza por la diversidad metodológica a fin de proveer información útil para el mejoramiento de programas y la toma de decisiones informada.

- La técnica de entrevistas a grupos focalizados es ventajosa para proveer información en profundidad sobre necesidades, intereses y preocupaciones desde la perspectiva de los participantes del programa.
- Focalizados: porque se discute sobre **tópicos muy puntuales**.

Es una técnica muy utilizada en **marketing** (investigación de mercado) para descubrir preferencias sobre productos o servicios nuevos o existentes. Además, se la usa porque produce resultados creíbles a un costo razonable. La discusión en grupos focalizados es particularmente efectiva para proveer información sobre **porqué** la gente piensa o siente de determinada manera. Más recientemente las organizaciones del **sector público** (en U.S.A.) están comenzando a descubrir el potencial de este procedimiento.

Características:

- Un tipo especial de grupo por su propósito, tamaño (entre 7 y 10 personas), composición y procedimiento.
- El investigador crea un ambiente no amenazante que permite el surgimiento de percepciones y puntos de vista diferentes sin que se presione para alcanzar un consenso.
- Está conformado por tipos similares de participantes para identificar patrones y tendencias en las percepciones y un moderador entrenado.
- Un análisis sistemático y cuidadoso provee claves acerca de cómo es percibido cierto producto, servicio u oportunidad.
- Los miembros / participantes se influyen mutuamente en sus respuestas y comentarios.

Se realizan con el **propósito** de tener información sobre percepciones, sentimientos y actitudes hacia determinado producto, servicio o programa; buscando mirar la realidad desde el punto de vista del cliente o beneficiario. Son utilizados para el planeamiento estratégico, la evaluación de necesidades y la evaluación de programas y servicios.

Morgan, David (1988) Focus groups as qualitative research. Sage University Paper Series on Qualitative Research Methods, Vol.16. Beverly Hills, CA: Sage. Caps. 1 al 4.

Grupos focalizados:

- un modo de hacer investigación cualitativa basada en entrevistas grupales, es decir, en una situación de interacción dentro de un grupo sobre ciertos tópicos provistos por el investigador, quien típicamente toma el rol del moderador.
- los datos que produce son transcripciones de las discusiones grupales.
- se originó en el campo de la sociología con R. Merton y colaboradores, pero luego ha sido más utilizado y desarrollado en el área del marketing.

Desde el punto de vista de las ciencias sociales, los grupos focalizados son una técnica útil tanto para realizar estudios en los cuales ésta sea la única instancia de recolección de datos como para complementar otros métodos cualitativos o cuantitativos.

- Son útiles para:
 - Realizar estudios exploratorios en un campo novedoso
 - Generar hipótesis a partir del punto de vista de los participantes
 - Evaluar (ver Krueger)
 - Desarrollar guías de entrevistas y cuestionarios
 - Obtener interpretaciones de los participantes sobre los resultados de investigaciones previas

Es una técnica específica dentro de la categoría más amplia de “entrevistas grupales” para recoger datos cualitativos. Como técnica en el campo de las ciencias sociales ha sido menos desarrollada que la observación participante o la entrevista en profundidad. En cambio sí ha sido muy desarrollada como técnica en el campo del marketing. Ahora bien, importar la técnica de este campo es una posibilidad que presenta limitaciones porque el abordaje que le dan estos estudios tiene un énfasis en la “psicodinámica”. Muchos de los moderadores tienen formación en psicología clínica y buscan conocer los motivos y comprender un tipo específico de conducta: la compra. Parten de una teoría que pone el énfasis en las motivaciones que los compradores mantienen sin saberlo (en un nivel de pre conciencia) o

que reprimen activamente (inconsciente). Como en la terapia de grupo, las entrevistas grupales son realizadas para que un psicólogo entrenado descubra claves de las motivaciones subyacentes que no se pueden observar.

Las incompatibilidades en el abordaje de la técnica de grupos focalizados entre el marketing, donde los determinantes son las necesidades del cliente, y las ciencias sociales tienen que ver con los contextos institucionales en los cuales tienen lugar los estudios.

Grupos focalizados como método cualitativo:

Debilidades	Fortalezas	Comparado con:
<p>El control de la discusión: son fundamentalmente situaciones sociales artificialmente creadas.</p> <p>La observación participante tiene ventajas que provienen de observar interacciones en su ambiente natural, lo cual hace posible:</p> <ul style="list-style-type: none"> - recolectar datos sobre un amplio rango de comportamientos, - mayor variedad de interacciones - discusiones más abiertas sobre el tema bajo estudio; <p>en cambio, el grupo focalizado está limitado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el comportamiento verbal (al igual que todo tipo de entrevista), - la interacción en una discusión grupal, y 	<p>Permite observar muchas interacciones sobre un tema en un período de tiempo limitado; en este sentido el papel del moderador es clave en el control de las discusiones.</p> <p>Posibilita el acceso a una situación social en la cual los datos que se obtendrán serán sobre el tema bajo estudio. Su valor está dado en la obtención de un conjunto denso de observaciones en áreas de investigación difíciles de encontrar.</p> <p>Por ejemplo, una investigación sobre las percepciones de los riesgos de sufrir un infarto. En cambio, la observación participante se hace en lugares accesibles al observador; si es en un hospital, la observación en la unidad de terapia intensiva es útil para estudiar los roles y las organizaciones formales</p>	<p>La observación participante</p> <p>Pueden ser complementarias, dependerá del tema de investigación, del background del investigador y de la audiencia o destinatarios de la investigación.</p>

<p>- está creado y conducido por el investigador (no tenemos certeza de cuán naturales son las interacciones que se dan en el grupo).</p>	<p>pero no cuestiones más psicosociales tales como actitudes y conocimientos.</p>	
<p>En los grupos focalizados resulta más dificultoso tener control sobre los datos que se recolectan; en la entrevista individual es más fácil plantear nuevos temas o evitar aquellos que no interesan al estudio.</p> <p>Es probable que se obtengan datos caóticos entre los distintos grupos, sobre todo si se trabaja con una guía inestructurada.</p>	<p>Permite observar interacciones sobre cierto tema: escuchar cómo los participantes se responden entre ellos nos acerca a su vocabulario sobre el tema y a cuánto estarán dispuestos a desafiar a otros y cómo responden a los desafíos que los demás les plantean a sus puntos de vista.</p> <p>La interacción entre los participantes reemplaza la interacción entre entrevistador y entrevistado de las entrevistas individuales, aportando un énfasis mayor en el punto de vista de los participantes.</p> <p>Si bien la entrevista individual es también una situación de interacción social, los grupos focalizados ofrecen un mecanismo más poderoso para ubicar el control de la interacción en manos de los participantes más que en el investigador / entrevistador.</p> <p>En los estudios exploratorios los</p>	<p>Entrevistas individuales</p> <p>Ambas pueden realizarse en un continuum de formato más estructurado y controlado por el investigador a menos estructurado y librado a lo que surja de los participantes.</p> <p>¿Cómo elegir una u otra técnica?</p> <p>Si realizamos grupos f. Nos preguntaremos qué dirían los participantes en privado; si, en cambio, hacemos entrevistas individuales nos interrogaremos qué dirían los participantes frente a otros.</p> <p>En síntesis, la elección dependerá del tema bajo</p>

	<p>grupos focalizados exigen menor preparación.</p> <p>Emplea menor tiempo y obtiene un mayor número de participantes.</p>	estudio, de lo empírico.
--	--	--------------------------

Patrones de fortalezas y debilidades de la técnica de grupos focalizados para recolectar datos cualitativos:

	Fortalezas	Debilidades
Prácticas	Son fáciles de realizar: menor costo en menos tiempo de realización.	No se basan en ambientes naturales
Procedimentales	Facilitan la exploración de ciertos temas y la generación de hipótesis de trabajo.	El investigador tiene poco control sobre los datos que se generan
Sustantivas	Posibilitan la obtención de datos de la interacción grupal en los temas de interés del investigador.	No es posible saber si las interacciones en el grupo serán un espejo de los comportamientos individuales. La cuestión central es que el comportamiento individual está sujeto a la influencia del grupo.

En resumen, los grupos focalizados permiten recolectar datos de discusiones grupales sobre temas de interés del investigador. En parte esta fortaleza revierte algunas de las debilidades, comparado con la observación participante, los grupos focalizados dan lugar a que el investigador tenga más control sobre los temas que se van a discutir; y, al mismo tiempo, como la interacción en el grupo está definida por los mismos participantes, los grupos focalizados están menos controlados por el investigador que en las entrevistas individuales.

La meta en general es conducir una discusión grupal que se asemeje a una conversación entre amigos o vecinos; la mayoría de los problemas aparecen cuando esto no puede lograrse. Será más apropiado o recomendable realizar entrevistas individuales cuando son temas controversiales. En cambio, cuando un tema produce muchos desacuerdos, será mejor realizar observación participante. Un modo de juzgar si los grupos focalizados son apropiados para recoger datos sobre nuestro tema de interés es realizar una prueba piloto.

Los datos que se obtienen son fundamentalmente las experiencias y perspectivas de los participantes. En el análisis podemos indagar el contenido manifiesto y la frecuencia de distintas actitudes. Además de un resumen de actitudes, podemos indagar el proceso de pensamiento que las produce, partiendo de sus afirmaciones. Por ejemplo, cuáles son las normas que subyacen las decisiones sobre a qué edad contraer matrimonio; o bien, qué conocimientos sociales disponibles están implícitos en las discusiones. Podemos referirnos a los cimientos de este proceso cognitivo como esquemas o perspectivas resumidas de cierta representación del mundo. Desde este punto de vista, lo que los grupos focalizados hacen es tratar a estas percepciones y sus representaciones como base para la discusión en grupos de participantes cuyos esquemas y perspectivas pueden ser muy distintos. Desde la mirada de la cognición social, los grupos focalizados son útiles puesto que los procesos cognitivos se revelan a través de las interacciones. En nuestras preguntas cognitivas nos interesa concentrarnos en cómo la gente expresa sus percepciones normalmente privadas sobre los temas bajo estudio.

Está presente el supuesto de que la discusión emergente en un grupo focalizado es análoga al proceso de formación de las perspectivas o esquemas individuales. El grupo comienza con relativa poca certeza acerca de en qué medida el resto del grupo comparte un conjunto común de percepciones sobre el tema de la discusión. A medida que van presentando sus experiencias y perspectivas, ellos encuentran algunos significados comunes para representar áreas de acuerdo y de desacuerdo. Por último, llegan a resúmenes sobre las fuentes de acuerdo y de desacuerdo. Los grupos focalizados son una buena manera de estudiar el proceso de formación de opiniones.

Es importante tener en cuenta al analizar e interpretar los datos, la diferencia entre lo que los participantes creen interesante de lo que es importante. Las preguntas que se hacen entre sí

los participantes pueden darnos cuenta de diferencias en perspectivas y un *insight* en su proceso de pensamiento.

Planificación de los grupos focalizados:

- Antes de empezar:
 - Presupuesto y tiempo disponibles
 - Temas éticos y políticos: evaluar la invasión de privacidad (grabación, filmación), el propiciar intercambio con otros, etc.
- Determinar la cantidad de grupos, teniendo en cuenta:
 - Cuántos son en el equipo de investigación
 - Los objetivos del estudio: si es exploratorio, con 3 o 4 grupos estará bien; si es para realizar un análisis detallado, se necesitarán 6 a 8 o más.
 - El número de subpoblaciones requerido: según el background y sus perspectivas en relación con sus roles en la sociedad; se recomienda realizar un mínimo de 2 grupos por segmento.
 - Cuán dispersos geográficamente están los participantes potenciales y la flexibilidad del equipo de investigación.
 - Es importante ser flexibles.
- Determinar el tamaño de los grupos: tiene que ser moderado para facilitar la discusión y tener a la mayor cantidad de gente de una vez, pueden ser entre 6 y diez ó entre 4 y 12 – según el tema. Los grupos pequeños exigen más a cada participante, pueden ser menos productivos y más costosos. Los grupos más grandes es más difícil conducir la discusión, pueden hablar entre ellos, con el de al lado por ejemplo, y mantener pequeñas conversaciones en paralelo, lo cual exige esfuerzos de disciplinar por parte del moderador que no son recomendables.
- El funcionamiento del grupo se puede ver alterado por la presencia de pares de amigos, participantes expertos y/o de participantes no cooperativos. Se recomienda reclutar un 20% más de personas para cubrir ausencias, depende también de si se les pagará o no, dónde se hacen los grupos, quiénes son los participantes y cuán importante es el tamaño del grupo para la investigación.
- Determinar la fuente para el reclutamiento de los participantes: el tema es evitar el sesgo en la muestra (y no la cuestión de la generalización); es importante que los participantes sean desconocidos entre sí. Con los grupos focalizados queremos aprender de las

experiencias y perspectivas de otros. ¿Cómo armar un grupo que tenga una perspectiva compartida sobre el tema de interés? Necesitamos cierta homogeneidad para promover la discusión: respecto al background o estilos de vida (no de actitudes), la raza y la edad. La muestra seleccionada tendrá en cuenta los subgrupos poblacionales relevantes para el tema bajo estudio. Por ejemplo, si las diferencias de género son importantes, haremos grupos separados de hombres y mujeres para comparar sus discusiones. Si las diferencias de clase social son significativas, también será un criterio para armar los grupos. También será conveniente diferenciar los grupos si los participantes ocupan posiciones diferentes en relación con el tema, por ejemplo médicos y legos.

- Determinar el nivel de involucramiento del moderador:
 - más o menos dirigidos según el propósito del estudio;
 - un menor involucramiento, más abierto a lo que emerge del grupo, es ventajoso si el estudio es exploratorio o si se busca realizar un análisis de contenido amplio y exhaustivo.
 - Una mayor participación del moderador, por un lado, puede sesgar la discusión pero, por otro lado, puede cortar discusiones improductivas y asegurar que se toquen todos los temas deseados. Se pretenderá encontrar un equilibrio entre lograr empatía con el grupo y poner cierta disciplina.
 - Una menor participación es útil para obtener los intereses propios de los participantes y hacer que los participantes traigan espontáneamente a discusión temas difíciles. Sin embargo, nos puede resultar inconveniente por el desorden en el contenido y la ausencia de algunos temas.