

MÉTODOS CUALITATIVOS: FOCUS GROUP

¿QUÉ ES?



"Se debe considerar que la INFORMACIÓN ofrecida por los PARTICIPANTES del grupo focal es siempre la que se pueden PERMITIR EXPRESAR delante de otros. En tal sentido, se trata de INFORMACIÓN, ideas u opiniones que las personas DECIDEN COMPARTIR en público, que estarían SOCIALMENTE validadas o que serían culturalmente ACEPTABLES en su COMUNIDAD o entre sus pares."

(Sistema nacional de evaluación, acreditación y certificación de la calidad educativa, 2020, p.6).

DESARROLLO

Debe realizarse en tiempo real.

INSTRUMENTO DE INDAGACIÓN

GUÍA DE PREGUNTAS

- Estructura temática clara.
- Lógica "inductiva":
 - Se inicia con los elementos más generales y luego se profundizan en los más puntuales.
 - Elementos generales proveen el abordaje contextual necesario para el análisis, interpretación y comprensión de aspectos puntuales de realidades específicas (objeto de estudio).

SOBRE LOS INFORMANTES

6 a 8
individuos
recomendado

Es improbable que grupos más pequeños generen la motivación y la dinámica grupal necesarias para una sesión exitosa. A mayor coincidencia de características socioculturales, es posible implementar los denominados "minigrupos".

Números menores (4-5 personas): depende de los perfiles específicos de los participantes.

UNA SOLA VOZ

Se busca que durante el momento inicial del focus (fase de calentamiento) los individuos, al ser similares en cuanto a sus perfiles, necesidades y deseos, se reconozcan COMO PARES. Se busca que a lo largo de la conversación, emerja UNA SOLA VOZ: o las GRANDES TENDENCIAS a partir de los discursos mediados por el compartir de los participantes.

Para lograrlo, debe ser un grupo:

Homogéneo: los participantes deben compartir características demográficas, socioeconómicas y psicográficas relacionadas con el fenómeno objeto de estudio. Reflexionar sobre la pertinencia de grupos mixtos en términos de sexo.

Sin relaciones previas: no debe existir relación de amistad, familiar, laboral o de autoridad entre los participantes ni con el investigador.

Sin conocimiento previo: los participantes no deben conocer previamente el tema específico, para evitar que busquen conocimientos, se generen desviaciones y se desvirtúe la dinámica.

CONSIDERACIONES GENERALES



Ambientación: debe prepararse de manera neutral en cuanto a infraestructura y atenciones. Procurar que el ambiente se sienta relajado, informal y cotidiano.



Tiempo: se recomienda tiempos estimados de 90 minutos; a mayor cansancio de los participantes el umbral de atención decae y la información obtenida puede no ser relevante.



Moderador(a): con experiencia en el manejo de dinámicas grupales. Propone los temas y administra las preguntas. Propicia una buena relación entre los participantes y la "bola de nieve" (o efecto amplificación cuando un comentario genera la reacción en cadena del resto de participantes).



Registro: Puede realizarse en audio y video para un análisis posterior pormenorizado. Es imperativo contar con el permiso previo, expreso y escrito, de los informantes, esto por consideraciones éticas y de respeto.

