



***LA TÉCNICA DE “FOCUS GROUP”:  
ELEMENTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS***

*Antoni Ruiz Bueno  
Julio 2018*

## **Parte 1ª:**

- 1.- Los conceptos teóricos y de ubicación en la investigación social del "Focus Group"
  - 1.-1 Las definiciones del "Focus Group"
  - 1.2 Ubicación de la técnica del "Focus Group" en el proceso de investigación social.
  - 1.3 El proceso de operacionalización como elemento básico de las técnicas de obtención de información.

## **Parte 2ª:**

- 2.- La preparación del "Focus Group": Sus elementos prácticos.
  - 2.1 El reclutamiento de los participantes
  - 2.2 Las características del espacio simbólico
  - 2.3 La preparación de los elementos de la moderación (aspectos básicos)

## **Parte 3ª:**

Diseño y Confección de un guion para un "Focus Group" (Trabajo en grupo pequeño - Simulación)

## **Parte 4ª:**

- 3.- El informe y el análisis de la información recogida.
  - 3.1 La transcripción de la información recogida.
  - 3.2 Análisis manual de la información. El análisis de contenido.
  - 3.3 Análisis automático. Software Iramuteq o Dtm\_Vic.

***1.- Los conceptos teóricos y de ubicación en la investigación social del "Focus Group"***

# 1.- Los conceptos teóricos y de ubicación en la investigación social del "Focus Group"

## 1.1

.- ¿Qué es un "Focus Group" ?

El surgimiento del "focus group" se remonta a la década de los treinta del siglo pasado en los Estados Unidos. Comienzan a extenderse, por esos años, las entrevistas grupales como técnica de indagación en estudios sociológicos. Pero a lo largo del tiempo, se han generado una serie de conceptos que, o bien, se han tomado como sinónimos, o diferenciados según los autores que han trabajado sobre ello. De esta manera nos podemos encontrar con vocablos como:

- .- **Entrevista grupal. (conjunto de personas; el número como criterio)**
- .- **Focus Group (grupo focal).**
- .- **Grupo de Discusión.**

El "focus group" responde más a un modelo de entrevista en grupo, mientras que el grupo de discusión plantea una conversación como medio de alcanzar un discurso grupal, esto es, de producir colectivamente un discurso.

Intuitivamente podemos decir que un grupo focal es una discusión informal entre un grupo de individuos seleccionados sobre un tema en particular (Wilkinson 2004). Hay muchas tipologías de grupos focales, estas vendrán determinadas por la tipología de las personas participantes (Adolescentes, mujeres y hombres con problemas de ludopatía, personas encarcelados en un territorio concreto, etc..) o las temáticas a tratar. Con esta técnica se obtiene información sobre cómo piensan las personas y brindan comprensión de los fenómenos que se estudian. Los grupos focales son entrevistas grupales que le dan al investigador la capacidad de capturar información más profunda y de forma más económica que las entrevistas individuales.

.- **Kitzinger (1995)**. lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información.

.- **Martínez-Miguel (1999)**, 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”.

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.

El grupo focal es una técnica de investigación cualitativa. 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 porqués 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. El lenguaje es el «dato» a analizar, comprender e interpretar. **Prieto, M. A., & Cerdá, J. M. (2002)**

Por tanto, cuando hablamos de “focus Group” o “Entrevista grupal” se consideran los siguientes elementos constitutivos:

- .- Un conjunto de personas interactuando entre ellas en número limitado
- .- Se centran en una temática ofrecida por un moderador
- .- Se ubica en un espacio y tiempo concreto
- .- Los resultados obtenidos son productos de lenguaje
- .- Interactuar en grupo facilita la discusión y tratar temas amenazantes para los participantes
- .- Está insertado en la metodología cualitativa. Es un método o una técnica de obtención de información?

**Tabla\_1: Algunas tipologías de grupos de discusión o entrevistas grupales. Dimensiones**

Tipo	Propósito	Rol Entrevistador	Formato preguntas	Finalidad Estudio
“Focus Group”	Formal	Directivo	Estructurado	Exploratoria- pretest ..
Lluvia de ideas	Formal o informal	No directivo	No estructurado	Exploratoria
Técnica Delphi	Formal	Directivo	Estructurado	Exploratoria- pretest ..
De campo-natural	Informal-espontánea	Moderada, no directiva	No estructurado	Exploratoria- fenomenológica
De campo-formal	Programada-campo	Algo directiva	Semiestructurada	Fenomenológica

Fuente: Fontana y Frey (2005)

## EL "CONOCER" - LA INVESTIGACIÓN: PROCESO



## 1.- Precisiones terminológicas:

### 1.2

#### **Metodología:**

Aproximación general al estudio de un objeto u proceso, es decir, al conjunto de medios teóricos, conceptuales y técnicos que una disciplina desarrolla para obtener sus objetivos.

#### **Método:**

Los caminos específicos que permiten acceder al análisis de los diferentes objetos que se pretenden investigar. El método integra todas aquellas acciones que hace el investigador y que están establecidas por normas específicas que hacen posible el conocimiento.

#### **Técnica:**

Son los procedimientos concretos que se utilizan para la recogida de información, de la producción de información y el análisis. Estos procedimientos no son en si cuantitativos o cualitativos.

**Cuantitativa o Paramétrica**

**Cualitativa o No paramétrica**

**Experimentación**

**Observación**

**Encuesta o Lingüístico de obtención de información**

**Técnicas para obtener a los informantes.**

(El muestreo –probabilístico o no probabilístico)

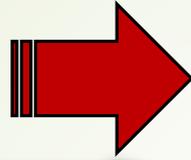
**Técnicas para obtener la información.**

( Observación participante, Observación sistemática, Entrevista, Cuestionario).

**Técnicas de análisis de la información.**

( Análisis estadístico, Análisis de contenido, Análisis del discurso.)

**Experimentación**



La pretensión es conocer “**cómo sucede que**”

**Observación**

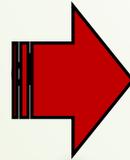


Frente a una situación, se busca el “**ver que sucede**”. Por tanto, la idoneidad como método está focalizada sobre aquello que puedo ver (mayoritariamente conductas, sean éstas cinéticas o verbales).

**Método de encuesta**

**o**

**Método lingüístico  
obtención de  
información**



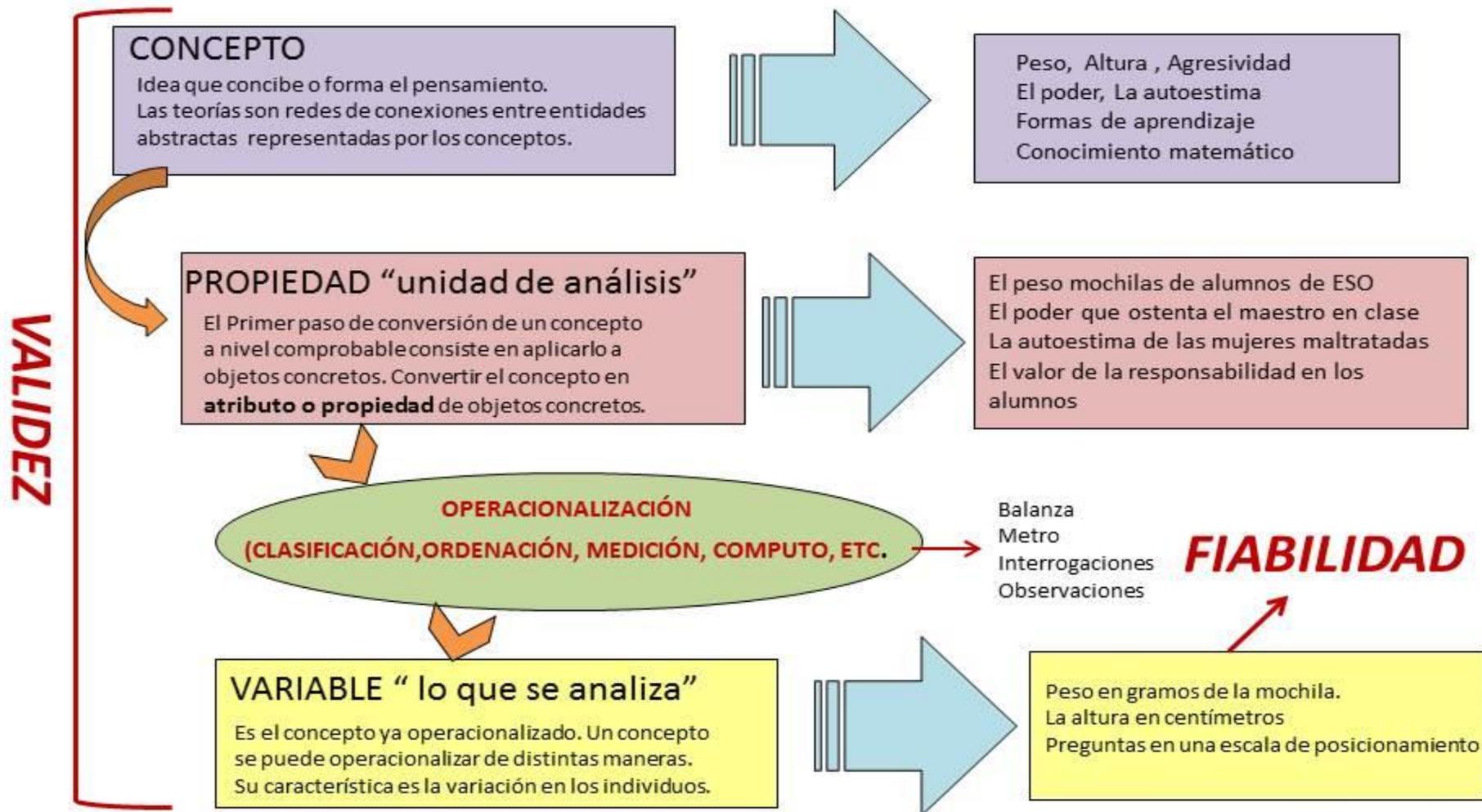
Consiste en interrogar, **preguntar**, sobre una gama de sucesos presentes, pasados o futuros a un conjunto de personas. El lenguaje es el medio que se utiliza para obtener información sobre los aspectos mencionados.

- El proceso de operacionalización como elemento básico de las técnicas de obtención de información

1.3

## EL PROCESO FUNDAMENTAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS: LA OPERACIONALIZACIÓN

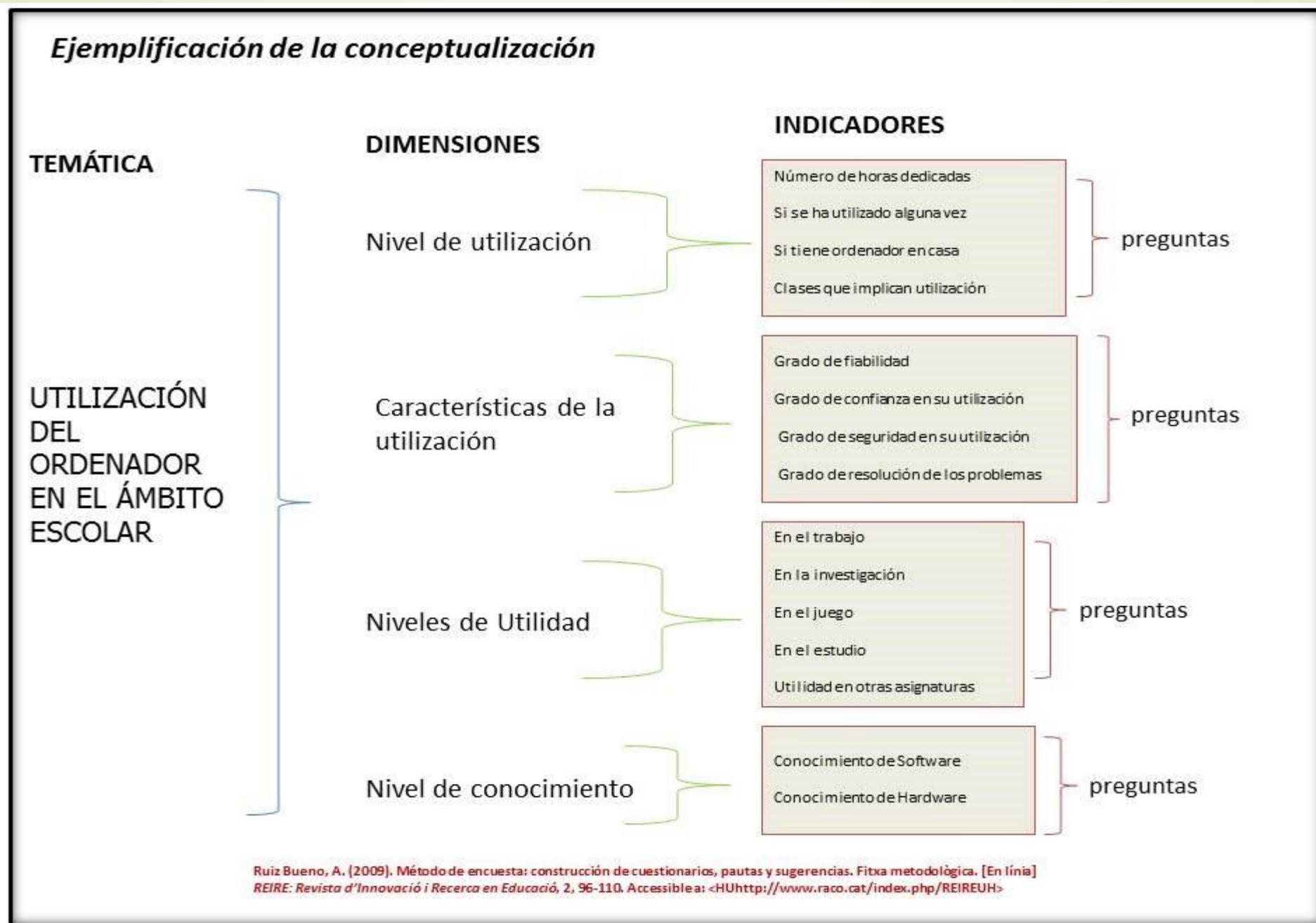
Es, quizás, el paso más importante en el desarrollo de cualquier investigación y consiste en traducir los conceptos en elementos tangibles, operativos, medibles o por lo menos registrables en la realidad.



## IMPLICACIONES DE LA OPERACIONALIZACIÓN (LA CONVERSIÓN A VARIABLE)

### 1.3

- a.- No existe una correspondencia biunívoca entre concepto y variable.  
Un concepto se puede operacionalizar de distintas maneras.
- b.- Una variable puede adoptar distintos valores que corresponden con los distintos estados de la propiedad (Ejemplo: el sexo es variable)
- c.- La variable puede variar de dos modos:
  - En el tiempo: (Estudios longitudinales o diacrónicos)***  
(Variación dosis de un medicamento como varían la concentración de un enzima, proteína etc. en sangre).  
Variación en el tiempo en el mismo sujeto. Las dos variables varían en el tiempo.
  - Sobre un mismo caso o entre casos: (Estudios Transversales o sincrónicos)**  
(Comparar un grupo de pacientes sanos y otros de enfermos viendo si afecta el consumo de determinadas sustancias, por ejemplo).
- d.- Las variables son los elementos fundamentales del análisis empírico “ La formación de las variables son los elementos fundamentales del análisis empírico, el “vocabulario” de las ciencias sociales.”  
(Lazarsfeld y Rosenberg (eds.)(1955) *The language of social research*. Nueva York. The Free Press. p.6)
- e.- La operacionalización implica una limitación y empobrecimiento del concepto.  
Por tanto, la definición operativa es arbitraria y subjetiva. Pero a la vez, es el criterio de objetividad, ya que permite la réplica por parte de otros investigadores.



***2.- La preparación del "Focus Group": Sus elementos prácticos.***

Hay que tener en cuenta que los Grupos Focales/"Focus Group" es una técnica que está supeditada y anclada en un marco de investigación, este aspecto implica que:

- Hay una temática específica y explícita.
- Unas preguntas de investigación
- Unos objetivos claros y precisos
- Justificaciones de las decisiones respecto a la metodología.

De acuerdo al objetivo, se determina **la guía de entrevista y la logística** para su consecución (elección de los participantes, programación de las sesiones, estrategias para acercarse a ellos e invitarlos, remuneración, detalles de asistencia, etc.). Duración real de la entrevista (**No puede durar más de una hora y media**);

En la planificación se ha de tener en cuenta las **características del lugar** donde se va a realizar el encuentro (de fácil acceso, mejor un espacio conocido y no amenazante, que haya una sala con una mesa grande (mejor de forma redonda) y sillas, idealmente debería contar con una cámara de Gesell, donde se ubiquen los observadores (si es pertinente para la investigación). Previsión de agua o refrescos para la sesión.

Es necesario tener una grabadora de audio y/o video para registrar el intercambio comunicativo del grupo focal, tratando de minimizar el ruido y los elementos distractores para propiciar la concentración del grupo.

## 2.1

- El reclutamiento de los participantes

Para el reclutamiento de los participantes en un “focus group”, siempre es aconsejable utilizar un muestreo para tal efecto.

El muestreo más utilizado es tipo **no probabilístico** (no se tiene el tamaño exacto de la población que formará parte de la muestra). Es decir, que se trata de llevar a cabo un muestreo **NO Probabilístico, por tanto, sin representatividad estadística.**

**A. Muestreo de conveniencia o accidental:** Consiste en escoger los sujetos del estudio a medida que los vamos encontrando, hasta que el tamaño de la muestra se complete. Por ejemplo, se entrevistan a las 100 primeras personas que nos encontramos en la entrada de un juzgado.

**B. Muestreo intencional:** Se elige la muestra según los criterios establecidos por el investigador en función de las características típicas de lo que se pretende estudiar y que puedan aportar la información necesaria para ello.

**C. Muestreo por cuotas:** Este es un tipo de muestreo muy utilizado en estudios de opinión. Es muy parecido al accidental, pero con la diferencia de que sólo se interrogan aquellas personas que tienen las características de la población (edad, género, área geográfica etc.) que se consideren.

**Cámara de Gesell**



**Moderador  
Conductor**



# Ejemplo: Investigación Internos prisiones. Muestreo utilizado

2.1

Centro Penitenciario	Delitos	Edad
<b>Preventivos</b>  <b>(65%)</b>	Contra la propiedad  (60%)	Menores de 30 años (40%)
		Entre 30 y 50 años (45%)
		Mayores de 50 años (15%)
	Contra las personas  (40%)	Menores de 30 años (45%)
		Entre 30 y 50 años (45%)
		Mayores de 50 años (10%)
<b>Penados</b>  <b>(35%)</b>	Contra la propiedad  (45%)	Menores de 30 años (50%)
		Entre 30 y 50 años (45%)
		Mayores de 50 años (5%)
	Contra las personas  (55%)	Menores de 30 años (45%)
		Entre 30 y 50 años (50%)
		Mayores de 50 años (5%)

Definir los *perfiles «típicos»*  
De la temática a estudio

La idea de definir los sujetos «típicos» de cada cuota tiene la finalidad de interrogar a pocas personas y que éstas compartan y se parezcan lo más posible a las opiniones y experiencias de la mayoría.

Se ha de respetar la proporción de cada una de las casillas.  
A partir de un total de 4 o 12 personas por grupo

## ¿Cuántos grupos focales?

La mayoría de los autores señala que es necesario un mínimo de 2 grupos por “cuota” definida para poder comprobar que los resultados que se obtienen en un grupo se ratifican en el otro grupo de la misma “cuota”

## ¿Cuántas personas por grupo?

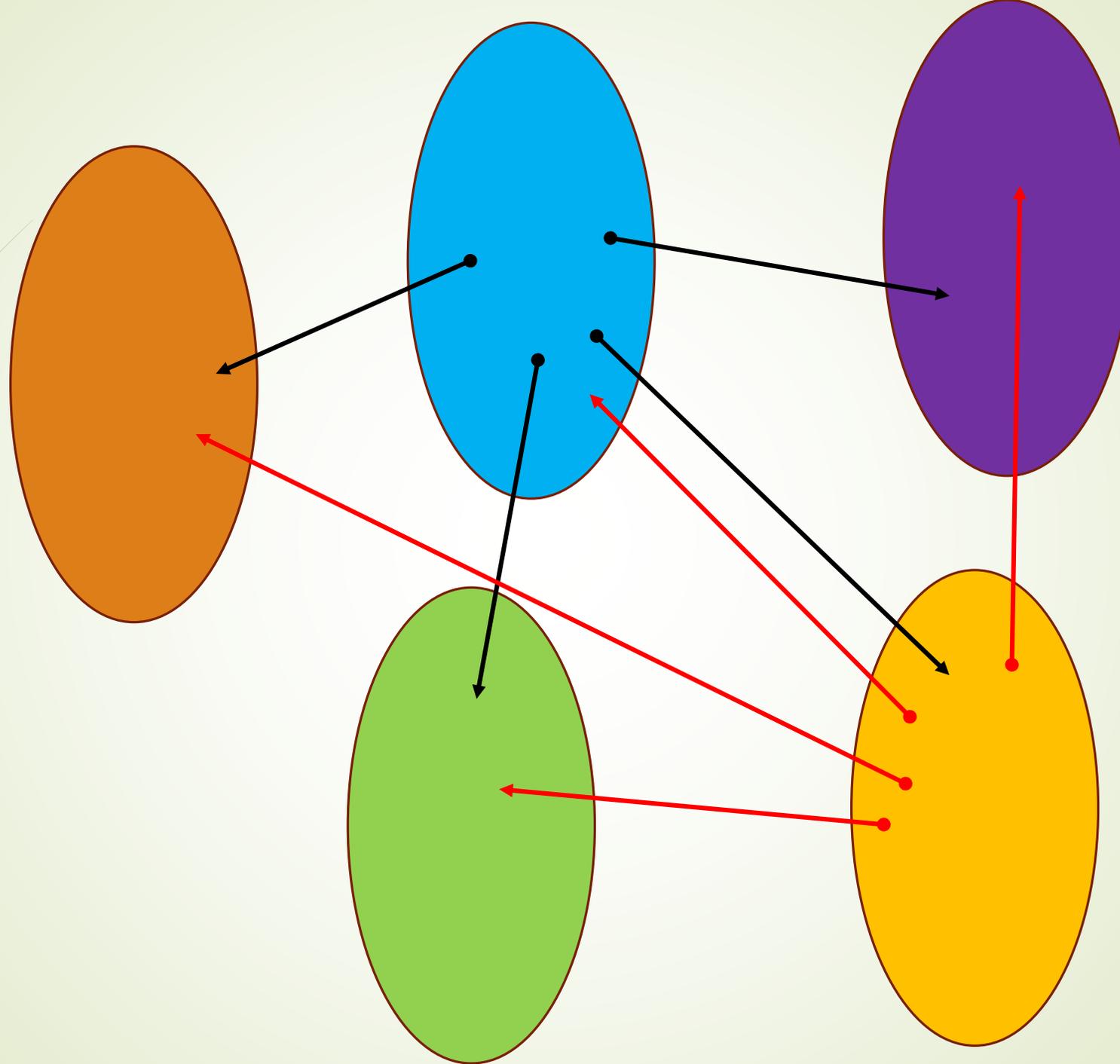
Un grupo focal está compuesto de un número de personas entre 4 y 10. Con menos de 4 personas la dinámica grupal es diferente, y algunos autores hablan entonces de grupos triangulares.

Grupos de más de 10 personas son muy difíciles de moderar y los participantes tienen poco tiempo para intervenir, generándose discursos más superficiales.

Lo ideal son grupos formados por **7-9 personas**.

Para Ibañez (2015), el máximo de 10 persona viene determinado por la cantidad de canales de comunicación respecto al número de personas, con 2 hay un canal, con 3 hay tres canales, con 4 hay 6, etc.. (crece en razón geométrica) (con 10 hay 45 canales).

**Canales de comunicación en el grupo**



2.2

## *Las características del espacio simbólico*



En cualquier tipo de comunicación que realicemos siempre existe un tipo de contrato simbólico que se basa en una serie de reglas de tipo implícito, como son las siguientes:

**La pertinencia:** Es lo que nos permite a las personas reconocernos como interlocutores potenciales. Por tanto, supone adjudicar al otro una serie de competencias. (Lingüísticas, pragmática, social) que hacen posible lo tratable en una comunicación. La llave para que se pueda dar esta pertinencia es la confianza interpersonal (se favorece si hay frecuencia en la relación y la retoralimentación de la pertinencia en la comunicación).

**La coherencia:** Nos permite adjudicar saberes comunes y compromisos parecidos o próximos a estos saberes. Es decir similitudes de “mundos” referenciales entre los interlocutores.

**La reciprocidad:** Permite a los interlocutores ejercer un derecho de palabra y a la vez, participar en la construcción conjunta de una referencia en la comunicación.

**La intencionalidad de influencia:** Es el juego de la interlocución como un juego que supone implicaciones, siendo la más común el hecho de influenciar al otro.

**FACTORES INTERVINIENTES EN LA ENTREVISTA INDIVIDUAL CARA A CARA**



## Factores a considerar en la preparación de la entrevista:

2.2

### **a) Factores vinculados al entrevistado/a**

- .- **Nivel de conocimientos** sobre el tema y afectos vinculados a él (diferencias de conocimientos e información)
- .- **Recursos verbales**, vocabulario y marco de referencia
- .- **Motivación:** - Pertinencia del tema en relación con las preocupaciones del entrevistado/a, - A participar (ignorar todo sobre la cuestión o estar fuertemente involucrado) - Inducida por el entrevistador (mantenimiento del interés y preservación del nivel de autoestima del entrevistador)
- .- **Roles del entrevistado/a:** - posición jerárquica, - manipulación de impresiones, - veracidad

### **b) Factores ligados al entrevistador/a**

- **Creación de un clima apropiado** y mostrar una actitud cordial y aséptica: - **Tolerante** (nunca agresiva, impertinente o inquisitorial); . - **Distante personalmente** (no "amistosa") pero interesada, - **Creación de la asimetría** si no existe previamente (debe quedar claro quién es el entrevistador y quién el entrevistado). - **El lenguaje utilizado** en la entrevista debe: - Permitir la adecuación del entrevistador/a a su rol, claridad en la definición del rol del entrevistado/a y evitación de los conflictos de rol (capacidad para aproximarse al marco de referencia del entrevistado, - **Conformarse a las expectativas** del rol del entrevistado/a sobre el entrevistador (colocarse lo más próximo posible a su universo lingüístico y a su marco de referencia) - **Ser accesible** para el entrevistado (no se trata de hacer ostentación de conocimientos y vocabulario, sino de entendernos con el entrevistado/a, - **Permitir la respuesta:** el entrevistado debe entender el lenguaje utilizado desde su propio marco de referencia, en todas sus connotaciones más allá del significado de "diccionario".

### **c) Factores ligados a la situación**

- duración real de la entrevista (**No puede durar más de una hora y media**); - confidencialidad; - grabación; - objetivo; - dinámica de la entrevista; - lugar de desarrollo.

## 2.3

### La preparación de los elementos de la moderación (aspectos básicos)



## ***El Moderador o entrevistador: El Rol***

Es la persona encargada de dirigir el diálogo o la conversación basada en la guía (guion) de entrevista, previamente elaborada, da la palabra a los participantes y estimula su participación equitativa.

Un buen moderador de grupos focales debería:

- 1.- 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.
- 2.- Aludir a los temas importantes y significativos para los participantes.
- 3.- Recuperar la cualidad de lo expresado en el lenguaje común y corriente.
- 4.- Propiciar descripciones densas en los términos de Clifford Geertz,<sup>7</sup> es decir, narrativas desde las cuales la experiencia individual refleje el contexto social donde se inscribe.
5. Dar especificidad a las situaciones referidas.
6. Mantenerse abierto a cualquier novedad que surja en el proceso y explorarla.
7. Focalizar la conversación en determinados temas (según guion).
8. Detectar los aspectos ambiguos o no bien definidos que muestren los participantes, o que incluso puedan resultar contradictorios.
9. Identificar cambios de las descripciones o los significados respecto de ciertos temas, en el transcurso de la entrevista colectiva.
10. Ser sensible con respecto a ciertos temas que pueden afectar a los participantes.
11. Cuidar las relaciones interpersonales durante la conversación.
12. Lograr que sea una experiencia positiva para los participantes, al descubrir perspectivas nuevas acerca de su propia situación de vida.

## 2.3

<b>ASPECTOS POSITIVOS</b>	<b>ASPECTOS NEGATIVOS</b>
* Utilizar un lenguaje accesible para el entrevistado	* Mostrarse nervioso
* Permitir siempre que el entrevistado responda	* Crear un clima demasiado formal y frío
* Motivar a que el entrevistado responda	* Ser agresivo
* Adecuar su rol a las expectativas del entrevistado	* Desvalorizar las respuestas del entrevistado
* Aclarar cuál será su papel en la entrevista	* Cortar la palabra e interrumpir al entrevistado
* Escuchar atentamente y ser comprensivo	* Intentar persuadir o convencer al entrevistado
* Mostrarse tranquilo, confiado, respetuoso y abierto	* Caer en discusiones bizantinas con el entrevistado
	* <i>Leer las preguntas del guion</i>

En resumen: un buen moderador conoce el tema que va a indagar, muestra capacidad para estructurar los temas, tiene claridad y sencillez de expresión lingüística, es amable y muestra sensibilidad (escuchar con atención).

El moderador debe dar confianza (Teniendo en cuenta lo que dicen, y abstenerse de dar su opinión) Tiene capacidad para dirigir e interrogar críticamente para confirmar datos, muestra buena memoria y retiene lo dicho.

## 2.3

Antes de iniciar un grupo de discusión o “focus group” se han de establecer todas las premisas para poder realizar la charla o discusión con los participantes . Entre las que se pueden dar las fundamentales son las siguientes:

- Se establecen los propósitos o finalidades de la reunión.
- Dejar claro quien pregunta y quien responde.
- Si va haber algún tipo de retribución por la participación (esto se ha de dar en el momento de captación delos participantes) pero se debe reiterar en el momento de la entrevista.
- El moderador ha de tener el guion especificado ( en la memoria).
- El orden en que se aborden las preguntas no es importante, lo relevante es cubrir los temas planteados
- Cuando se haya agotado el guion o guía, se da por terminada la sesión y se deja abierta la posibilidad de volverlos a contactar en caso necesario.
- Agradecer a los participantes su participación.

#### **APERTURA Y LA PRESENTACIÓN**

- Quienes somos (presentación personal)
- Qué vamos hacer (hablar, charlar, sobre qué)
- Una explicación de **cómo** se desarrollará (conversación informal, diálogo relajado, preguntas y respuestas; no respuesta buenas o malas; todas oportunas y respetables; duración de la entrevista -no mentir bajo ningún concepto-).
- Una explicación de **para qué** obtenemos la información: cómo será utilizada; garantía de anonimato y confidencialidad; permiso para la grabación.

#### **EL INICIO DE LA CONVERSACIÓN: La Primera Pregunta**

Deber estar escrita por sí, después de la apertura y presentación, no se inicia inmediatamente la entrevista. Su función es provocar la primera intervención del/a entrevistado/a. Es importante que no sea excesivamente concreta (que no pueda responderse con un monosílabo o una cifra: debe obligar a una breve y fácil intervención), ni que tampoco se corra el riesgo de determinar un marco de referencia ni marcar una evolución prefijada de la entrevista. *Puede ser de dos tipos (Elejabarrieta, 2005):*

- **Lingüística** (no implican directamente al interlocutor): *¿qué se entiende por salud?* . Riesgo de obtener una respuesta genérica, poco implicada y estereotipada.
- **Nominal** (implican personalmente al interlocutor): *¿Qué entiende usted por salud?* . Riesgo de resistencia a la respuesta.

#### **EL GUIÓN**

Será la estructura temática de contenidos que pretendemos abordar. Es un listado de los contenidos temáticos a tratar. No es una secuencia rígida de los temas a abordar.

#### **EL FINAL DE LA ENTREVISTA O CIERRE**

- Despedida preparada de antemano. Pero antes de finalizar debemos asegurarnos de que todos los temas previstos han sido tratados. Agradecimiento por su participación.

## Las intervenciones por parte del conductor.

2.3

Las intervenciones en una interrogación las podemos clasificar en dos grandes bloques:  
Las **consignas temáticas** y las **tácticas de profundización**. (Elejabarrieta, 2005)

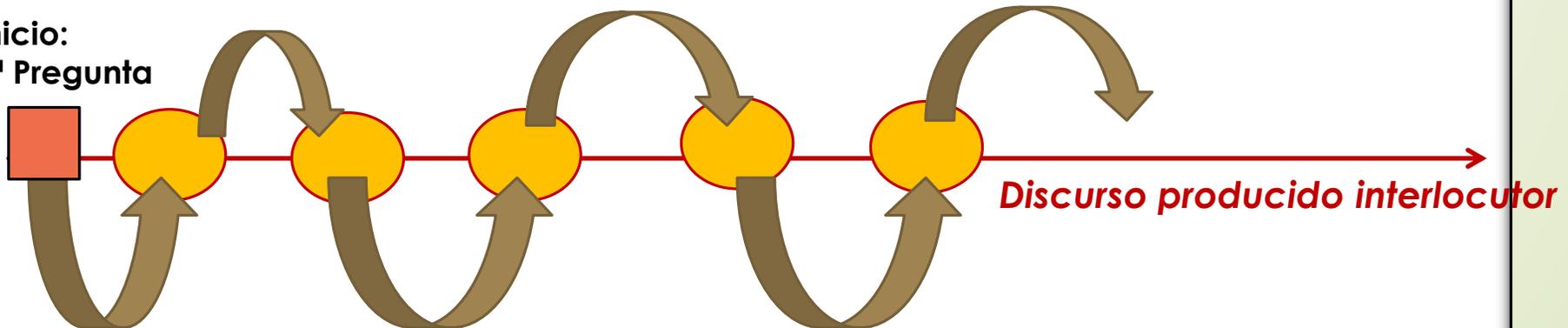
### Las consignas temáticas:

Son las que se utilizan para presentar el tema general que se tratará o los diversos subtemas. Inicialmente es mejor comenzar de forma general y posteriormente ir tratando cada uno de los aspectos particulares de la temática que se está tratando. Esto es aconsejable ya que iniciar un tema con un aspecto concreto puede llegar a provocar confusión en el interlocutor y olvidos o despistes en el conductor.

La información se obtiene, no a partir de la formulación de las preguntas, si no de la habilidad que tenga el conductor de a partir de las respuestas que nos proporcione el interlocutor profundizar sobre las temáticas a tratar.

Por tanto, la conversación a de fluir sobre manera en el discurso que produce el interlocutor y no el conductor.

Inicio:  
1ª Pregunta



## **.- Las tácticas de profundización**

Las podemos dividir en dos grandes bloques: las **Tácticas clásicas** y las **Tácticas particulares**, la diferencia entre ellas reside en el grado de habilidad que ha tener el conductor para utilizarlas. Así, las tácticas clásicas no necesitan de una gran habilidad, mientras que las particulares son mucho más complejas y necesitan de un entrenamiento aunque aparentemente parezcan sencillas.

### **Tácticas clásicas**

Son elementos que puede utilizar el conductor para obtener un producto de entrevista con la menor contaminación de las aportaciones de éste.

**.- Expresiones Breves:** Son expresiones que normalmente se utilizan en cualquier conversación cotidiana, como por ejemplo: ***Si, ya veo,!! Mnnh !! Sí, Aja! ! Etc..*** Esto debe darse en un tono convincente ya que se demuestra al interlocutor el interés por aquello que dice. Debemos evitar una utilización monótono y poco asertiva en estas expresiones, ya que podemos caer en automatismos o “tics” conversacionales. También se pueden utilizar expresiones no verbales, como por ejemplo: Movimientos de cabeza, levantar las cejas, etc..

### **.- Formulación de preguntas neutras:**

Es un tipo de preguntas que nos da la posibilidad de profundizar, pero sin especificar claramente de que información se trata ni el tipo de información que se solicita. Como por ejemplo: ***“ Qué es lo que quiere decir usted con eso ?”*** o ***“Qué es lo que usted tiene en mente cuando dice esto?”***. Hemos de tener en cuenta que estas preguntas siempre han de ser pertinentes en el desarrollo de la conversación.

**.- Formulación de preguntas “Eco” o “Espejo”:**

Consiste en la repetición por parte del conductor (entrevistador) de una palabra o grupo de palabras que hace poco tiempo o acaba de pronunciar el interlocutor (entrevistado). En general, la repetición se hace de forma afirmativa.

Ejemplo:

***(Interlocutor) “Los políticos son todos unos ladrones ”***

***(Conductor) “ unos ladrones ?”***

Para que estas preguntas sean efectivas el tiempo entre lo que dice el interlocutor y el conductor debe de ser corto, ya que esto da la posibilidad o estimula al interlocutor a profundizar en la temática.

**.- Síntesis parciales:**

Resúmenes parciales o la reformulación de una parte del discurso del entrevistado (interlocutor). Esto permite al interlocutor estructurar sus conocimientos y recordar lo que ha expresado. Estos resúmenes parciales el conductor los puede hacer siempre que sean fieles al discurso emitido por el interlocutor.

**.- Los silencios:**

Pueden ser una táctica, cuando se utilizan de forma intencional por parte del conductor.

Para que el entrevistado reflexione i/o inducirle a continuar con su discurso. Si son breves inducen al entrevistado a continuar, pero si son largos crean estrés (más de 10 segundos).

## Tácticas particulares.

### 2.3

Aquí hemos de hacer mención que este tipo de tácticas son mucho más complejas y necesitan de un entrenamiento aunque aparentemente parezcan sencillas.

#### **.- Contraejemplos :**

Consiste en oponer un ejemplo que contradice una afirmación que el interlocutor ha establecido como general. Su utilización resulta arriesgada porque puede producir un bloqueo del entrevistado/a al reconocerse ignorante o incurriendo en una contradicción. Una variante de estos contraejemplos son los: **Alegatos reales o supuestos** atribuidos a una fuente prestigiosa o desvalorizada

#### **.- Incomprensión voluntaria:**

Consiste, por parte del conductor, de presentar una actitud de desconocimiento ante una respuesta manifestada por el interlocutor aún sabiendo a qué se refiere dicha respuesta.

Ejemplo:

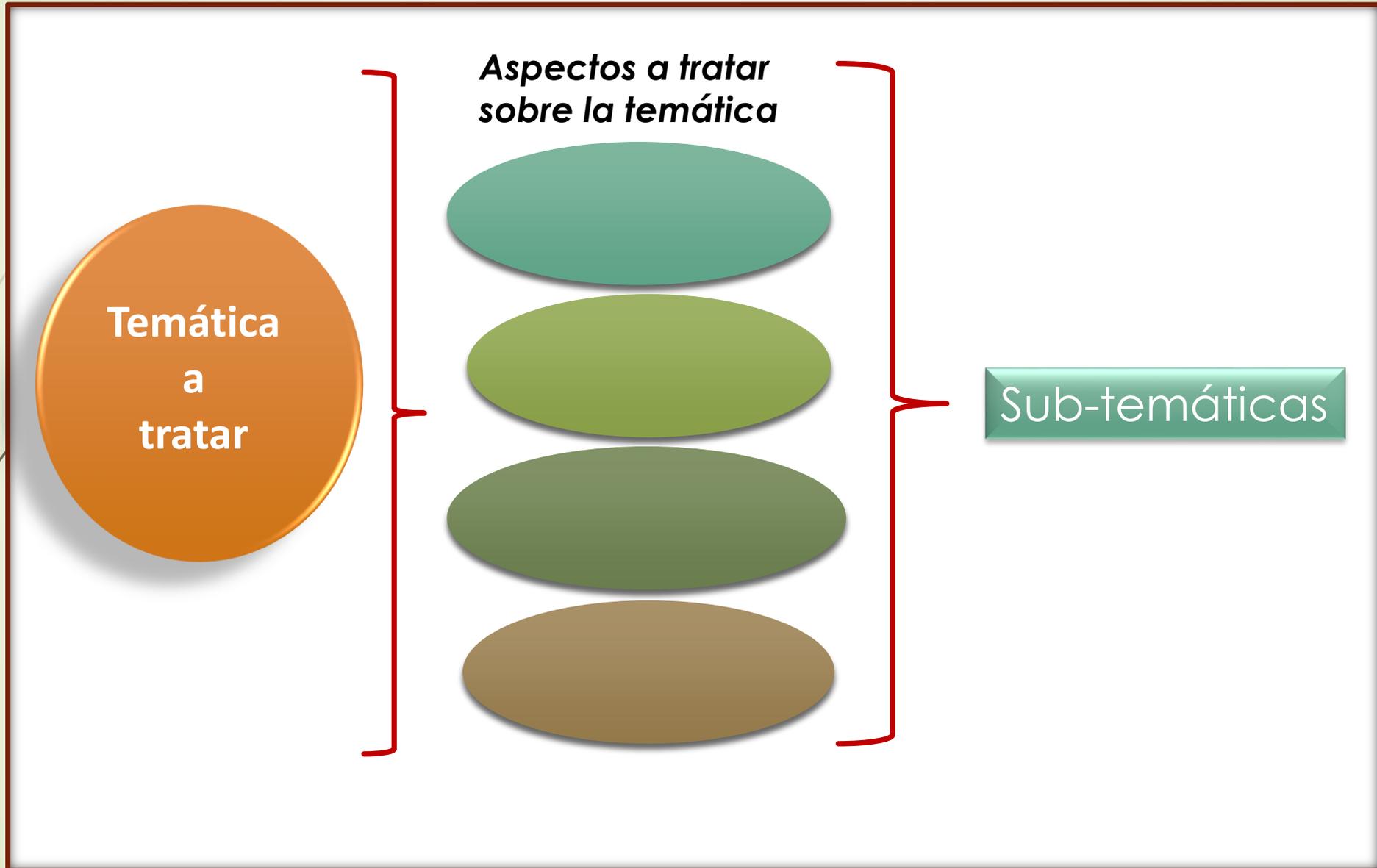
***"no entiendo lo que me quiere decir, porque no lo conozco..."***

***"podría ampliarme algo más lo que ha dicho, desconozco..."***

Son también muy peligrosas, ya que pueden provocar el efecto perverso en el interlocutor, llegando éste a pensar que hablar con alguien que no sabe que esta preguntando lo mejor es no decir nada.

## LA DIMENSIONALIDAD DE LA TEMÁTICA.

2.3



## Ejemplo de guion de entrevista semiestructurada (individual y grupal).

Fuente: Elejabarrieta, F.; Perera, S.; Ruiz, A. (1991) *Tractaments penitenciaris per fases. La visió dels afectats*. Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada. Barcelona.

### 2.3

Dimensiones de conversación	Concretización
Organización de la vida en la prisión	
Imagen de la distribución espacial de la prisión	
Elementos que les gustaría tener en su vida diaria en la prisión y que no tienen.	
Conocimiento de la existencia de un programa de fases	<ul style="list-style-type: none"> <li>.- Qué es; para que sirve y como funciona.</li> <li>.- Imagen del programa aportaciones personales sobre el programa (modificaciones en general)</li> <li>.- Imagen de la aplicación del programa.</li> <li>.- Vivencia de la aplicación del programa.</li> <li>.- Utilidad del programa (presente y futuro)</li> </ul>
Diferencias entre ambientes (Unidades de vida)	
Comportamientos que influyen en el paso de una fase a otra (a nivel de avance o retroceso de fase)	<ul style="list-style-type: none"> <li>.- Beneficios percibidos en el avance de fase.</li> <li>.- Pérdidas percibidas en el retroceso de fase.</li> <li>.- Percepción de las relaciones entre conducta y reforzamientos.</li> </ul>
Validez de los reforzadores (motivación)	<ul style="list-style-type: none"> <li>.- Aspectos de motivación hacia el mantenimiento o el cambio de fases, expresado en aspectos conductuales (por ejemplo: ¿Qué estarías dispuesto a hacer para mantenerte o cambiar de fase?)</li> </ul>
Imagen de los compañeros de otras fases (Tanto de fases superiores como inferiores)	
Relación con los compañeros (de otras fases y la propia)	
Integración de las normas (por ejemplo, ¿estás en esta fase porque quieres? ¿Deberías estar en otra fase?)	
Conocimiento de quién decide el avance o retroceso de fase.	
Imagen de los funcionarios en general y en concreto del personal de los equipos técnicos de fases.	
Imagen de la conflictividad	
Imagen de la cotidianidad en la prisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>.- Vivencia de su estada en prisión</li> <li>.- Valoración de su vida anterior</li> <li>.- Actitud hacia la rehabilitación.</li> </ul>

## 2.3

**Fuente:** Perera, S. (1995). Las condiciones de interacción comunicativa en las técnicas lingüísticas de obtención de información y sus efectos en la elaboración discursiva sobre el cuerpo y la educación. Tesis doctoral no publicada. Departamento de Psicología. Universidad de Girona. Girona.

---

**GUIÓN**
**Imagen del cuerpo:**

Comparaciones en relación al cuerpo, definiciones...

**Relación persona - ambiente:**

Qué utilidad cree que se le da al cuerpo (la gente en general, medios de comunicación...), para qué se usa y de qué forma.

**Interacción social:**

En su relación con la gente (diversas actividades), qué información extrae del cuerpo de los demás, en qué se fija y qué significa.

**Relación persona - ambiente:**

Espacio y rol que reserva a su cuerpo en su vida cotidiana (atención y cuidado del cuerpo, usos del cuerpo...).

**Experiencias corporales:**

Cómo vive su cuerpo (positiva o negativamente), identificación con el propio cuerpo, cómo ve su cuerpo, cómo quisiera que fuese, qué le gusta más de su cuerpo, qué le desagrada más... Descripción de sensaciones corporales en diversas actividades (andando, lavándose, haciendo el amor, tomando el sol, comiendo...) Descripción de sensaciones corporales en una situación de enfermedad. Descripción de sensaciones corporales en situaciones emotivas. Miedos en relación al cuerpo.

**Componente normativo:**

Qué es bueno o malo en relación al cuerpo, qué se puede, o no se puede hacer. Actividades en las que se ha de tener en cuenta determinados estados del cuerpo. Partes o elementos tabúes.

---

**Parte 4ª:**

***El informe y el análisis de la información recogida***

### 3.1

Inmediatamente después de la entrevista grupal o el “Focus Group” se debe verificar el audio o el video para conservar una o más copias del material original, y entonces se procede a su transcripción (convertir en texto), que se realiza de manera literal y secuencializada.

Una vez en palabras, el texto se convierte en un documento analizable. De hecho es el material utilizado para obtener el fin o la finalidad para la cual se ha realizado el estudio.

## Guías de transcripción

### Guías de transcripción

- Identificar a los hablantes de una forma homogénea
- Identificar (preferentemente ) a los hablantes en mayúsculas
- Línea en blanco entre hablantes
- No incluir códigos de formato (negritas, cursiva)
- Revisar el texto (ortografía...) antes de empezar análisis
- Salvar una copia de los datos con formato del procesador antes de salvar como texto (Atlas)

Fuente: adaptado de JEFFERSON (1984), POTTER (1996), MUÑOZ JUSTICIA (2004), SÁNCHEZ GÓMEZ y REVUELTA DOMÍNGUEZ (2005).

## Las tipologías de análisis de textos

Siguiendo el criterio de clasificación utilizado por Roy, N y Garon, R. (2013), que no es otro que el nivel necesario de participación por parte del usuario para llevar a cabo un análisis de datos textuales. De esta manera, podemos clasificar los diversos análisis realizados con textos en: **análisis automático, semiautomático y manual.**

**El análisis automático** es en el que el software hace la mayor parte de los análisis con un mínimo de intervención por parte del investigador. Este tipo de análisis, en muchos casos es necesario dedicar más tiempo a la preparación de los datos sin procesar e interpretar los resultados, que no el tratamiento en sí. Es un tipo de análisis de contenido que hace posible la realización de un análisis lexicométrico o estadístico textual (se buscan regularidades y correlaciones de formas gráficas específicas de un corpus). Dentro de este tipo tenemos los siguientes programas de texto: **SPAD, DTM\_VIC, T-LAB, IRAMUTEQ, LEXICO3**, entre otros.

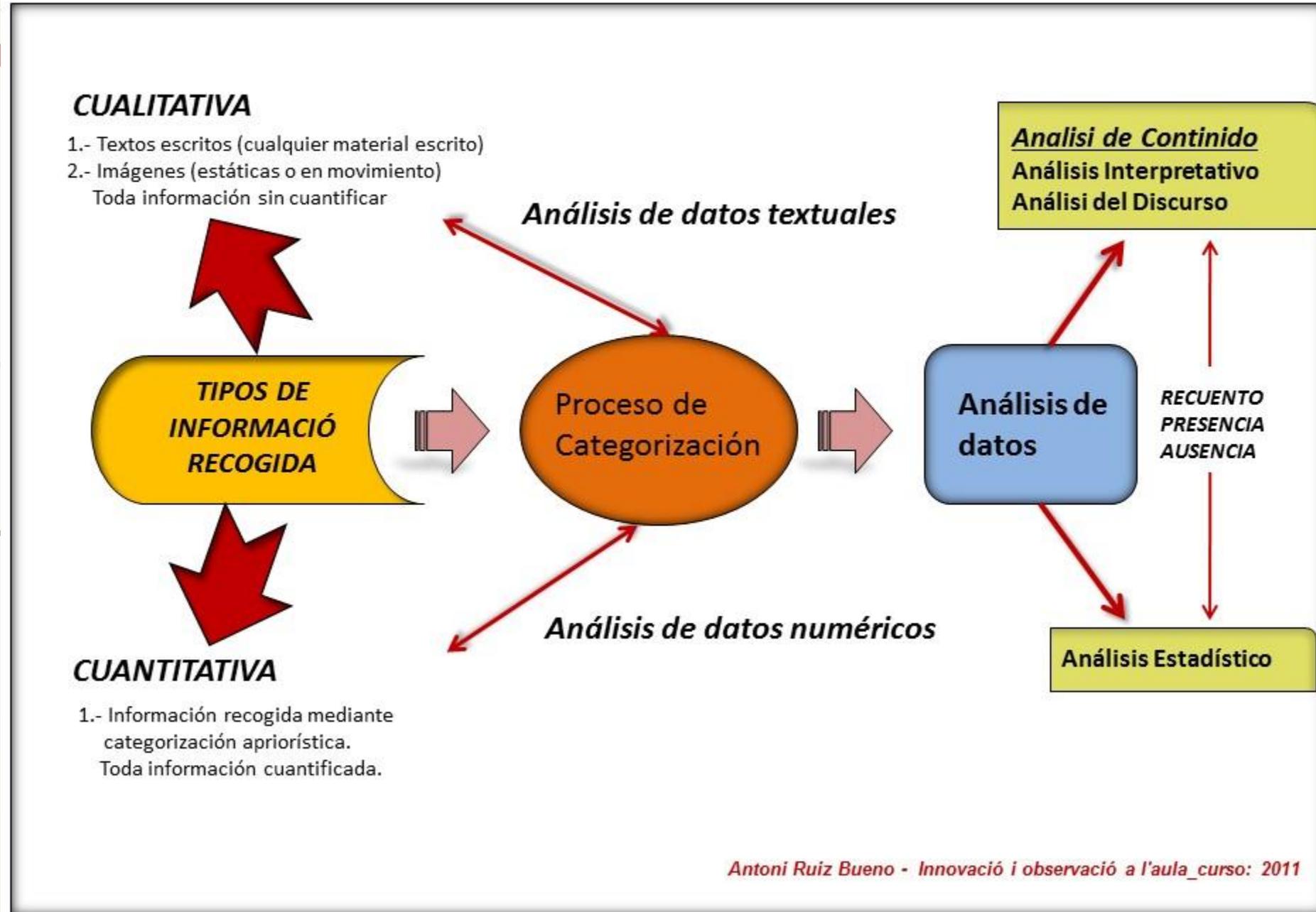
**El análisis semiautomático** requiere más intervenciones de los investigadores. El Software de este tipo permite un análisis lexicométrico, pero además un análisis de categorización semántica (tomando como referencia un diccionario, un tesoro o un grupo de palabras). Para ello, el investigador debe crear las relaciones entre ciertos temas y frases, generalmente escogidos en función del marco teórico-conceptual, y también en cuanto al contenido de las entrevistas. Por tanto se combina, una parte manual de agrupación o categorización con otra automática. Algunos programas que mencionan los autores son: **Sato** (Centro de análisis de textos computadora), **Semato y WordStat 6**.

**El análisis manual**, en el que el investigador tiene el control total sobre el análisis que lleva a cabo. La ventaja radica en la libertad que tiene el analista para obtener las unidades de codificación de significado, la clasificación de todos los datos obtenidos, además de ofrecer asistencia a la generación de informes de gestión y análisis (tablas, gráficos, informes relacionados con los datos, etc.). Estos tipos de programas pueden trabajar con texto basado en imágenes, sonido y/o video. Algunos de los programas del mercado son los siguientes: **ATLAS.ti 7, HyperRESEARCH, QDA Miner 4, MAXQDA 11, NVivo 10 y Word Viewer**.

“Todo lo que se dice o escribe es susceptible de ser sometido a análisis de contenido” (Henry, P. y Moscovici, S. (1968) y podríamos añadir, aquello que ven y piensan las personas (la construcción de significados, pero todos ellos para su análisis han de ser textos o elementos de representación de lo dicho, visto o escrito).

La figura plasma de forma global los grados de inferencia que según la RAE, se define como “llevar consigo, ocasionar, conducir a un resultado”, o bien, “sacar una consecuencia o deducir algo de otra cosa” esta cosa son los datos-textos a análisis que se pueden presentar en cualquier análisis de contenido.





## Análisis manual de contenido temático categorial

Gil Flores, J. (1994). *Análisis de datos cualitativos. Aplicaciones a la investigación educativa*. Barcelona: PPU.

### SECUENCIA TEXTUAL

*"- Bueno, yo qué sé. Yo lo que siento es que no estamos muy preparados los maestros para esa reforma. Que no... vamos, que me gustaría que hubiese un cursillo de preparación o algo, porque no sabemos así nada de qué vamos a hacer cuando llegue la reforma. Eso es lo que... Me da miedo porque no tengo ni idea, vamos, por lo menos yo."*

### UNIDADES RESULTANTES

**1ª** Bueno, yo qué sé. Yo lo que siento es que no estamos muy preparados los maestros para esa reforma. Que no... vamos, que me gustaría que hubiese un cursillo de preparación o algo, porque no sabemos así nada de qué vamos a hacer cuando llegue la reforma.

(Tema: formación del profesorado)

**2ª** Que no... vamos, que me gustaría que hubiese un cursillo de preparación o algo, porque no sabemos así nada de qué vamos a hacer cuando llegue la reforma. Eso es lo que... Me da miedo porque no tengo ni idea, vamos, por lo menos yo.

(Tema: desconocimiento sobre la reforma)

**3ª** Me da miedo porque no tengo ni idea, vamos, por lo menos yo.

(Tema: temor a la aplicación de la reforma)

**Cuadro 3.1:** Segmentación de una secuencia textual en unidades.

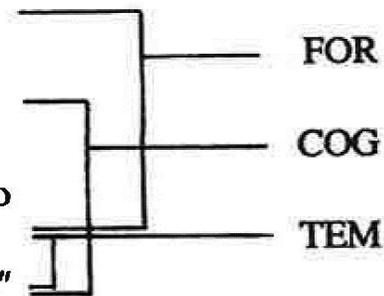
## 3.2

### La codificación: (La posibilidad de cuantificación)

Gil Flores, J. (1994). *Análisis de datos cualitativos. Aplicaciones a la investigación educativa*. Barcelona: PPU.

La asignación de códigos podría llevarse a cabo marcando sobre el papel los fragmentos que quedarían incluidos en cada categoría (ver Cuadro 3.2).

"- Bueno, yo qué sé. Yo lo que siento es que no estamos muy preparados los maestros para esa reforma. Que no... vamos, que me gustaría que hubiese un cursillo de preparación o algo, porque no sabemos así nada de qué vamos a hacer cuando llegue la reforma. Eso es lo que... Me da miedo porque no tengo ni idea, vamos, por lo menos yo."



**FOR:** Formación o perfeccionamiento del profesorado necesarios para la aplicación de la reforma.

**COG:** Conocimiento e información sobre la reforma.

**TEM:** Temor o miedo en relación a la reforma.

**Cuadro 3.2:** Ejemplo de codificación.





### ***Algunas Referencias Bibliográficas:***

Centers for Disease Control and Prevention. (2008). Data collection methods for program evaluation: Focus groups. *Retrieved October, 27, 2008.*

Breen, R. L. (2006). A practical guide to focus-group research. *Journal of Geography in Higher Education, 30(3), 463-475.*

Fernández, N., Valdellos, A. S., & Pérez, V. (2012). Diseño de un focus group para valorar la competencia mediática en escenarios familiares. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 10(3), 116-133.*

Ferrando, M.; Alvira, F.; Alonso, L. & Escobar, M. (comps) (2015). El análisis de la realidad social. Método y técnicas de investigación. Madrid: Alianza editorial.

Fontana, A., & Frey, J. H. (2005). The interview: From mental stance to political involvement. *The Sage handbook of qualitative research.*

Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en educación médica, 2(5), 55-60.*

Ibañez, J. (2015). Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión. En Ferrando, M.; Alvira, F.; Alonso, L. & Escobar, M. (comps) (2015). El análisis de la realidad social. Método y técnicas de investigación. Madrid: Alianza editorial.

Juan, S. y Roussos, A. (2010). El focus groups como técnica de investigación cualitativa. Documento de Trabajo N° 256, Universidad de Belgrano. Disponible en: [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/256\\_roussos.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/256_roussos.pdf)

Kitzinger, J. (1995). Qualitative research. Introducing focus groups. *BMJ: British medical journal, 311(7000), 299.*

Liamputtong, P. (2011). *Focus group methodology: Principle and practice*. Sage Publications.

Gutiérrez, J. (2011). Grupo de discusión: ¿ prolongación, variación o ruptura con el focus group?. *Cinta de moebio*, (41), 105-122.

Martínez M. (1999) La investigación cualitativa etnográfica en educación. México: Trillas.

Prieto, M. A., & Cerdá, J. M. (2002). Investigación cualitativa. Paso a paso en el diseño de un estudio mediante grupos focales. *Consultantes*, 149.

Nagle, B., & Williams, N. (2013). Methodology brief: Introduction to focus groups. *Center for Assessment, Planning and Accountability*, 1-12.

Reguant-Álvarez, M. & Torrado-Fonseca, M. (2016). El método Delphi. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9 (1), 87-102. DOI: 10.1344/reire2016.9.1916

Ruiz, A. (2008) La muestra: algunos elementos para su confección. Fitxa metodològica. [En línia] *REIRE: Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 1, 75-88. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/REIRE>

Ruiz, A. (2014). Las formas de Interrogación: La Entrevista. Depósito Digital de la UB. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2445/51024>

Ruiz, A. (2017). Trabajar con Iramuteq: Pautas. Depósito Digital de la UB. Recuperado de: [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/113063/1/Trabajar con IRAMUTEQ PAUTAS.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/113063/1/Trabajar_con_IRAMUTEQ_PAUTAS.pdf)

Ruiz, J. (2009). Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas. In *Forum: Qualitative social research* (Vol. 10, No. 2, pp. 1-32).

Vargas-Jiménez, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista Electrónica Calidad en la Educación Superior*, 3(1), 119-139.

Wilkinson, S. (2004). Focus groups: A feminist method. En Hesse-Biber, S. & Yaiser, M. (eds.), *Feminist perspectives on social research* (pp. 271–295). New York: Oxford University Press.



Muchas gracias