

LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE GRUPOS DE DISCUSIÓN

JAVIER GIL FLORES
*Dpto. Didáctica y
Organización Escolar y M.I.D.E.
Universidad de Sevilla*

RESUMEN

Los grupos de discusión constituyen una técnica de recogida de datos de naturaleza cualitativa que ha sido ampliamente utilizada en diferentes campos de la investigación sociológica y cuyas posibilidades en el ámbito educativo comienzan a ser consideradas por los investigadores. En este artículo partimos de una delimitación conceptual de los grupos de discusión frente a otras técnicas grupales, presentando su origen, fundamentación y rasgos característicos. A partir de ésta, nos centramos en el análisis de los distintos puntos de decisión que definen su concreción metodológica. Concluimos afirmando la adecuación de las discusiones de grupo para la obtención de datos sobre las percepciones, opiniones, actitudes, sentimientos o conductas de los sujetos en relación a un determinado tema o realidad en estudio. Su utilización, de forma aislada o en combinación con otras técnicas, conduciría a interesantes resultados, por lo que cabe esperar un progresivo incremento de su uso en la investigación educativa.

METHODOLOGY OF RESEARCH BY DISCUSSION GROUPS

SUMMARY

Discussion groups form a technique for the collection of data of a qualitative nature which has been widely used in different fields of sociological research and its possibilities in the area of education are beginning to be considered by researchers. This article starts from a conceptual delimitation of discussion groups versus other group techniques, presenting its origin, foundation and characteristic features. Taking this as a basis, we focus on the analysis of the different points of decision that define its methodological concretion. We conclude by affirming the adequacy of group discussions in the obtaining of data on the perceptions, opinions, attitudes, feelings or behaviour of the subjects in relation to a certain topic or reality under study. The use of this technique, either alone or in combination with other techniques, would lead to interesting results, thus a progressive increase in its use in educational research is to be expected.

LA METODOLOGIE DE LA RECHERCHE A TRAVERS DES GROUPES DE DEBAT

RESUME

Les groupes de débat constituent une technique de quête de données de nature qualitative qui a été largement utilisée dans de divers domaines de la recherche sociologique et dont les possibilités dans le domaine de l'éducation commencent à être envisagées par les chercheurs. Dans cet article nous partons d'une délimitation conceptuelle des groupes de débat face à d'autres techniques de groupe, présentant son origine, ses fondements et traits caractéristiques. Par la suite, nous nous centrons sur l'analyse des différents points de décision qui définissent son concrétion méthodologique. Finalement, nous affirmons l'adéquation de la technique des débats de groupe pour l'obtention de données à propos des perceptions, des opinions, des attitudes, des sentiments ou des conduites des sujets en ce qui concerne un thème donné ou une réalité étudiée. Son utilisation de manière isolée ou associée à d'autres techniques menerait des résultats intéressants, de sorte qu'il faut en espérer un emploi croissant dans le domaine de la recherche sur l'éducation.

La investigación educativa incorporó en el pasado técnicas y metodologías originadas en otras disciplinas, como la psicología, la sociología o la antropología (tests, cuestionarios, entrevista, trabajo de campo,...), que han llegado a contar también en este ámbito con una amplia tradición entre los investigadores, los cuales veían cubiertas con tal tipo de instrumentos sus necesidades de recogida de datos. Sin embargo, el abanico de posibilidades metodológicas, lejos de quedar limitado a los instrumentos clásicos, continúa viéndose enriquecido con la adopción de nuevas técnicas hasta ahora no empleadas en la investigación sobre educación, pero que cuentan con una amplia difusión en otros campos. Éste es el caso de los grupos de discusión, una técnica extensamente aplicada en la investigación de mercados y que comienza tímidamente a ser utilizada en la investigación educativa. Presentar las características esenciales de la metodología de investigación mediante grupos de discusión es el objetivo de este trabajo.

1. EL GRUPO DE DISCUSIÓN

Los términos "grupo de discusión" o "discusión de grupo" pueden encontrarse con frecuencia en la literatura sobre investigación en ciencias sociales, aludiendo a una diversidad de experiencias grupales con finalidades y funcionamiento muy variados. En particular, en el ámbito de la investigación sobre educación, la discusión de grupo se ha empleado como técnica de enseñanza-aprendizaje, como procedimiento para la formación de líderes o para la formación del profesorado, como técnica de orientación a alumnos o padres. Sin embargo, la técnica del grupo de discusión considerada aquí difiere substancialmente de la concepción implícita en este tipo de enfoques. Entendemos el grupo de discusión como una *técnica no directiva que tiene por*

finalidad la producción controlada de un discurso por parte de un grupo de sujetos que son reunidos, durante un espacio de tiempo limitado, a fin de debatir sobre determinado tópico propuesto por el investigador.

Krueger (1991) delimita los grupos de discusión de otros procesos grupales, en base a una serie de características que los definen: constituyen una técnica de recogida de datos de naturaleza cualitativa, que reúne a un número limitado de personas (generalmente entre siete y diez) desconocidas entre sí y con características homogéneas en relación al tema investigado, para mantener una discusión guiada en un clima permisivo, no directivo.

La literatura anglosajona recoge esta técnica con las denominaciones de “focus group” o “group interview”. Para algunos, los grupos de discusión, junto con técnicas grupales tales como el torbellino de ideas, los grupos Delfos, grupos nominales, etc., constituirían modalidades de la entrevista de grupo (Frey y Fontana, 1991). Sin embargo, autores como Watts y Ebbut (1987) reconocen la singularidad de los procesos que tienen lugar en un grupo de discusión, en el que en realidad, se trata de “establecer y facilitar una discusión y no entrevistar al grupo” (p. 27), por lo que resulta oportuno marcar diferencias respecto a la mera adición de entrevistas individuales que sugiere el término entrevista de grupo. Es esta la razón por la que la mayoría de los autores prefieren utilizar la denominación “focus group”, término que suele traducirse como “grupo de discusión”.

Los grupos de discusión se originan a partir del desarrollo de las técnicas no directivas de entrevista, consideradas por los investigadores sociales desde finales de los años 30, y por extensión de las técnicas de terapia de grupo empleadas en psiquiatría. Lederman (1990: 117), al referirse a ellos, afirma que “su conceptualización se basa en la asunción terapéutica de que las personas que comparten un problema común estarán más dispuestas a hablar entre otras con el mismo problema”. El tipo de datos producidos por medio de este procedimiento es portador de informaciones sobre preocupaciones, sentimientos y actitudes de los participantes no limitados por concepciones previas del investigador, como ocurre en los cuestionarios o entrevistas estructuradas. Que los sujetos poseen información, que pueden traducir y formular en palabras sus pensamientos, sentimientos y conductas, y que necesitan del investigador y del contexto grupal para que esa información aflore, se encuentran entre las asunciones en que se apoya la metodología de los grupos de discusión (Lederman, 1990).

Una orientación psicoanalítica ha marcado la línea en que se ha desarrollado la técnica del grupo de discusión en nuestro país, donde fundamentalmente se ha utilizado en el campo de la sociología, y cuya obra más representativa es la publicada por Ibáñez en 1986. Para este autor, el moderador se limita a escuchar la autoconfesión del grupo, planteando sólo el tema de la discusión. En la literatura anglosajona, en cambio, el enfoque dominante sobre los grupos de discusión ha seguido una línea de fundamentación conductista-cognitiva: el moderador formula preguntas estímulo ante las cuales obtiene la respuesta del grupo. En esta perspectiva, la única obra publicada en nuestro país hasta el momento es la de Krueger (1991).

Merton, Fiske y Kendall (1956) establecieron las principales pautas y procedimientos utilizados en los grupos de discusión. En los últimos treinta años, la mayoría de las aplicaciones de esta técnica se han dado en los estudios de mercado, intentando definir las imágenes sociales de los productos y marcas comerciales o analizar las opiniones, valoraciones y reacciones de los consumidores antes de introducirlos. Tal ha sido la difusión de esta técnica en la investigación de mercados

que, en la práctica, investigación cualitativa ha llegado a ser la mayoría de las veces sinónimo de grupos de discusión (Calder, 1977; Morgan, 1988).

La popularidad de los grupos de discusión en la investigación de mercados ha hecho que científicos de otros ámbitos de la investigación sociológica hagan un uso cada vez mayor de esta técnica, cuando tratan de conocer y explicar cómo percibe la gente una determinada realidad, qué piensa y qué siente ante ella. Como afirma Merton (1987), esta técnica puede ser vista como una técnica genérica, que podría ser aplicada en múltiples ámbitos de la conducta y la experiencia humanas, y no quedar confinada a la investigación de mercados. De hecho, se han señalado diversas aplicaciones de los grupos de discusión o entrevista de grupo en los campos de la política, la historia o los servicios (Frey y Fontana, 1991).

En efecto, la obtención de información de los participantes puede dirigirse no sólo hacia un producto del mercado sino hacia un concepto, un servicio o una institución (Byers y Wilcox, 1988), sobre los cuales podríamos conocer percepciones, sentimientos, actitudes e ideas de una pluralidad de grupos definidos por diferentes rasgos característicos de sus miembros en relación al tópico investigado (Bers, 1989). De este modo, los grupos de discusión constituirían “un medio altamente apropiado para obtener una visión en profundidad de las motivaciones que están detrás de la conducta humana” (Ward, Bertrand y Brown, 1991: 266).

Aplicaciones de esta técnica en la investigación sobre la realidad educativa han tenido lugar en campos como la evaluación de programas (Miller, 1987), la valoración de necesidades (Buttram, 1990; Lee, 1982), la exploración de valores (McMillan, 1989) o para la valoración de la eficacia educativa (Lederman, 1990), pero su uso en el ámbito de la investigación educativa no ha alcanzado los niveles de otros procedimientos. En este sentido, Bers (1989) señala la escasez de estudios publicados usando esta técnica, y por ello considera que “un reto para los investigadores educativos es trasladar las ideas de la investigación mediante grupos de discusión al lenguaje y límites del mundo de la educación” (pág. 267).

En nuestro país, los grupos de discusión también se han utilizado preferentemente en el ámbito de la sociología. No obstante, algunos trabajos, en la esfera de la investigación educativa, comienzan a incluirlos como elemento de su metodología, a veces combinados con otras técnicas y procedimientos que convergen sobre los diferentes aspectos y dimensiones de una misma realidad (Fernández Enguita, 1989; Álvarez Rojo, 1992).

2. LA METODOLOGÍA DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

Una vez determinado el tema o la realidad sobre la que interesa conocer las perspectivas de los sujetos estudiados, las decisiones fundamentales en relación al diseño de investigación mediante grupos de discusión irían referidas a las cuestiones que trataremos de analizar en este apartado.

¿Cuántos grupos es necesario constituir?

La respuesta al interrogante sobre cuántos grupos deben formar parte de un diseño de investigación que se apoye en esta técnica están en función del objetivo

del estudio y depende de consideraciones acerca de la población estudiada. Un primer factor a tener en cuenta es la homogeneidad de la población en relación al tema estudiado (Morgan, 1988). En poblaciones homogéneas, suelen desarrollarse discusiones de grupo hasta que los resultados indiquen al investigador que un grupo adicional no añadiría nueva información, lo cual suele ocurrir tras el tercero o cuarto grupo (Cohen y Engleberg, 1988; Krueger, 1991). Pero lo habitual es que el número de grupos esté prefijado en el diseño, teniendo en cuenta algún tipo de diferenciación entre los sujetos que componen la población estudiada. Cuando nos encontramos con diferentes subgrupos o segmentos de la población cuyas ideas respecto al tema estudiado interesa conocer, se constituyen distintos grupos que representen a cada uno de ellos (Lederman, 1990). La idea básica es la de incluir tantos grupos como segmentos de la población, de modo que podamos acceder a los distintos discursos sobre el tema investigado.

Otros criterios adicionales para responder a este interrogante podrían hallarse en la disponibilidad de presupuesto y tiempo para la investigación, factores que pueden llevar a concentrar los esfuerzos sobre determinados grupos clave. Diferentes autores coinciden en situar en 3 ó 4 el mínimo y en 10 ó 12 el número máximo de grupos considerados en un proyecto (Goldman y McDonald, 1987; Goodman, 1984; Templeton, 1987; Wells, 1974).

¿Cuántos sujetos formarán parte de cada grupo?

Lo habitual en la práctica de la investigación mediante grupos de discusión es que los grupos tengan un tamaño comprendido entre 6 y 10 sujetos (Wells, 1974; Morgan, 1988). Coinciden estas dimensiones con las prescripciones que suelen hacerse, en general, sobre las experiencias en pequeños grupos. Para ello existe una justificación espacial. Los sujetos deben estar suficientemente próximos para que no sea necesario gritar (Bion, 1974). Además, el número de canales de comunicación en un grupo crece con el número de miembros, siendo en un grupo de n sujetos de $n(n-1)/2$ relaciones. Con 10 actuantes, existen 45 posibles canales, cantidad más allá de la cual parece aumentar excesivamente la dificultad para mantener una discusión sin que la dinámica grupal tienda a multiplicar la conversación entre subgrupos formados por los participantes más próximos en el espacio.

Algunos autores sitúan el límite superior algo más elevado, considerando que grupos de hasta 12 participantes pueden conducir a resultados adecuados (Bers, 1989; Byers y Wilcox, 1988; Grunig, 1990). Por encima de esa cifra, el excesivo tamaño no sólo dificultaría la participación de cada individuo en la discusión, sino también el control del grupo por el moderador, mientras que grupos más pequeños de 6 miembros corren el riesgo de ver ahogada la interacción y no producir un diálogo suficientemente activo (Folch-Lyon y Trost, 1981).

¿Cuál será la composición de los grupos?

La mayoría de los autores defienden la homogeneidad en la composición de los grupos de discusión (Greenbaum, 1988; Krueger, 1991; Morgan, 1988). La homogeneidad en la composición de los grupos se encuentra entre los rasgos que definen a

esta técnica. El sentirse entre personas de la misma "clase" hace que los participantes se sientan cómodos en el grupo y crea el contexto en que se da la libertad para discutir abiertamente pensamientos, sentimientos, conductas, y para expresar ideas socialmente impopulares o provocadoras (Lederman, 1990).

No obstante, diferentes trabajos se han ocupado de estudiar el dilema entre la homogeneidad o heterogeneidad de los componentes en los grupos de discusión. Fern (1983), tras la revisión de estos trabajos, señala que la heterogeneidad aumentaría la amplitud de experiencias, percepciones u opiniones, pero conllevaría el riesgo de conflictos entre miembros del grupo con una consiguiente menor productividad y diversidad de la información. Lo cierto es que un grupo estrictamente homogéneo "no produciría discurso o produciría un discurso totalmente redundante" (Ibáñez, 1986:276). Por tanto, es también necesaria la heterogeneidad de los miembros de cara a conseguir relaciones apropiadas para la producción del discurso, sin que lleguen a darse relaciones excluyentes del tipo de las que se establecen, por ejemplo, entre diferentes clases sociales, patronos y obreros, padres e hijos. El investigador tendría que establecer un equilibrio entre la uniformidad y diversidad de los componentes, consiguiendo grupos homogéneos en aquellas características que afecten al tópico tratado y heterogéneos respecto a rasgos no relevantes en relación al mismo.

Teniendo en cuenta la homogeneidad en relación al tema tratado, el criterio general respecto a la composición es el de reunir en distintos grupos a sujetos capaces de producir el discurso de los diferentes segmentos de la población considerada en el estudio. Su composición y dinámica reproducirían los posicionamientos que, de cara a explorar un determinado tema, son considerados estratégicos.

¿Cómo contactaremos con los sujetos y conseguiremos su participación?

Una vez determinadas las características de los participantes en cada grupo y el tamaño de éstos, es preciso contactar con individuos que accedan a tomar parte en la discusión. El criterio, generalmente aceptado a la hora de seleccionar a las personas concretas que participarán en una discusión de grupo, es el de evitar que se conozcan entre sí o conozcan al moderador, pues la preexistencia de relaciones entre los sujetos puede interferir el funcionamiento del grupo.

"Las personas que interactúan de forma regular, tanto social como laboralmente, presentan dificultades especiales para las discusiones grupales porque pueden estar respondiendo en función de experiencias, hechos o discusiones anteriores" (Krueger, 1991: 34).

El desconocimiento entre los miembros del grupo posibilita que éstos hablen libre y francamente. Cada uno habla al grupo en general, y no a un determinado miembro con el que le unen lazos y relaciones previas. Relaciones familiares, laborales o de cualquier otro tipo que impliquen interacciones previas podrían alterar la dinámica del grupo y condicionar negativamente la producción del discurso. Para Wells (1974), los sujetos tienden a ser menos cándidos ante sujetos a los que ven a diario. Este importante aspecto ha sido, en parte, objeto de los escasos estudios empíricos desarrollados sobre el método de los grupos de discusión. En ellos se ha tratado de evaluar el efecto que el conocimiento o desconocimiento

to entre los miembros tiene sobre los resultados del grupo. Sin embargo, los hallazgos de diferentes estudios (Fern, 1982; Nelson y Frontczak, 1988) resultan contradictorios.

Otro criterio fundamental en la selección es que los miembros posean las características definidas para cada grupo de la muestra. "Incluso si sólo uno de los participantes falla en cumplir alguna característica crucial, la discusión puede quedar totalmente sesgada" (Morgan, 1988: 45). El modo empleado para asegurar que los sujetos poseen las características exigidas ha sido diverso en la investigación mediante grupos de discusión. Una estrategia habitual en la investigación de mercados es el recurso a la entrevista telefónica, sobre una muestra o lista predeterminada, usando un breve cuestionario para saber si el sujeto encaja en la categoría que buscamos y si, en caso afirmativo, está dispuesto a participar. Una de las recomendaciones habituales en la literatura sobre grupos de discusión, es la de seleccionar un número superior a los sujetos que pretendemos reunir en cada grupo. Morgan (1988) recomienda convocar en torno a un 20% más de sujetos en previsión de posibles ausencias.

Además de contactar con los sujetos, se estima conveniente mantener en cierto modo ese contacto con los mismos para asegurar su asistencia al grupo. Esta tarea, al igual que la operación de captación no necesariamente debe ser asumida por el moderador. Algunos autores aluden a la figura del "contactador", una persona diferente al moderador que se encarga de contactar con los sujetos que han de formar el grupo (Orti, 1989). Esto es especialmente válido cuando el reclutamiento se realiza a través de la interacción directa entre la persona que trata de reunir el grupo y los participantes seleccionados, y se pretende evitar que los miembros del grupo conozcan personalmente al moderador.

Es preceptivo, cuando llevamos a cabo el reclutamiento de sujetos para grupos de discusión, dar a los individuos una idea vaga del tema específico sobre el que se hablará, para evitar que acudan a la reunión con opiniones o posturas prefabricadas (Orti, 1989). Sí es preciso revelar el área temática general, no tanto con el fin de satisfacer la curiosidad como con el de tranquilizar a los sujetos haciéndoles comprender que tratarán de temas sobre los que podrán hablar cómodamente. El estudio de los sentimientos y actitudes antes y después de participar en un grupo de discusión, llevado a cabo por Hayward y Rose (1990), revela que los sujetos que asisten por primera vez a una discusión de grupo se sienten interesados y curiosos, pero también experimentan ansiedad por no estar seguros de saber qué decir.

Conseguir la asistencia real de todos los sujetos que habían expresado su aceptación para participar en los grupos exige poner en práctica estrategias adicionales al simple contacto telefónico. La inmensa mayoría de los estudios de mercado conducidos mediante grupos de discusión recurren al incentivo económico, que compense a las personas del esfuerzo o los gastos realizados para desplazarse hasta el lugar de reunión, o bien a la entrega de bonos canjeables por el producto analizado. A esta práctica, Goldman y McDonald (1987) añaden procedimientos que consideramos más adecuados en el ámbito educativo, tales como la convocatoria por escrito y confirmación telefónica en los días previos a la reunión. Las dificultades para atraer a los participantes a las reuniones fijadas estarán en función del tipo de personas con las que tratamos, y pueden reducirse considerablemente por el atractivo que presente para ellas el área temática en estudio.

¿Cuánto tiempo durará la discusión del grupo?

La duración de una discusión de grupo suele ser de entre una y dos horas, dependiendo de las posibilidades del tema que se va a discutir y de la disponibilidad de tiempo con que cuentan los participantes. En cualquier caso, tanto la hora de comienzo como la de finalización deben ser conocidas previamente por los sujetos, ya que “sólo un conocimiento anticipado del tiempo de concluir precipita el consenso” (Ibáñez, 1986: 274).

¿En qué lugar se celebrará la reunión del grupo?

El lugar elegido para desarrollar las reuniones de los grupos de discusión debe contar con las características adecuadas para facilitar la producción del discurso. Las agencias encargadas de llevar a cabo estudios basados en grupos de discusión, en el ámbito de la investigación de mercados, suelen contar con sofisticados locales especialmente diseñados para este fin. En ellos se dispone de salas de recepción donde acoger a los sujetos hasta el inicio de la reunión, ventanas de visión unidireccional para permitir la observación por terceras personas sin que su presencia influya en los participantes, equipamiento electrónico apropiado para el registro de la discusión, etc. En contra de lo que esto pudiera sugerir, el lugar donde se reúna el grupo de discusión no se considera un aspecto demasiado importante (Goldman y McDonald, 1987).

Las características del lugar de reunión deben ser las de un local poco ruidoso, con sillas cómodas y capaz de facilitar la comunicación entre los sujetos participantes, permitiendo que todos puedan verse entre sí. Es preferible en muchos casos elegir lugares neutrales, que no puedan ser asociados con una determinada institución portadora de significados en relación al tema que se discute (Bers, 1989). Suelen utilizarse distintivos con el nombre de cada sujeto que son colocados, sobre la mesa, delante de sí. La finalidad es hacer posible que los miembros del grupo puedan interpelarse durante la discusión o ser interpelados por el moderador.

¿Cómo actuará el moderador durante la reunión?

El papel del moderador durante la reunión depende del enfoque adoptado, la cuestión de investigación y la naturaleza de los datos deseados, factores que determinarán una mayor o menor estructuración de la discusión (Lederman, 1990). Para Ibáñez (1989), el moderador no interviene, se limita a plantear el tema, provocar el deseo de discutirlo, y a catalizar la producción del discurso deshaciendo bloqueos y controlando su desarrollo para que se mantenga dentro del tema. Otros autores no limitan su intervención a proponer el tema y moderar, sino que le asignan el papel de formular varias cuestiones abiertas, cuidadosamente pensadas, que guiarán la discusión (Krueger, 1991). Se trata de permitir una discusión libre y al mismo tiempo moderar hacia una particular dirección de acuerdo con los temas que conviene tocar. A veces, el moderador cuenta con una lista de tópicos que interesa abordar, más que con un guión rígidamente estructurado (Grunig, 1990). El moderador es el responsable de crear el ambiente relajado necesario para que los sujetos hablen con libertad.

Un aspecto importante en la moderación lo constituye el tratamiento de los silencios. En las escasas ocasiones en que éstos suelen producirse, esperar a que la incomodidad de la situación impulse a algún miembro del grupo a continuar la discusión, puede ser una solución adecuada. Un pequeño guión de temas resulta útil para resituar la discusión en nuestro objeto de estudio cuando ésta parece agotarse o cuando se aleja hacia temas no relacionados con el que nos interesa. La actuación del moderador es igualmente necesaria en las ocasiones en que las intervenciones de distintos participantes se producen simultáneamente. Tanto este caso como el de una posible división de la discusión en subgrupos de personas físicamente próximas entre sí requieren una inmediata actuación del moderador. Otro tipo de intervenciones de moderación pueden ir dirigidas a impedir la monopolización del discurso por algunos sujetos y facilitar la participación de quienes muestran mayor timidez en las reuniones.

Las características del buen moderador constituyen un objeto de reflexión para una buena parte de los autores que se ocupan de esta técnica. Se afirma que el moderador debe ser buen conocedor de los procesos de grupo (Lederman, 1990), sensible, escuchador, de expresión clara, flexible (Goodman, 1984), o incluso expresivo, animado, con sentido del humor, simpático (Hartman y Arora, 1988). Consecuentemente, no todos los investigadores serían capaces de asumir este papel (Bers, 1989). Para Ibáñez (1986), moderar grupos de discusión es más una cuestión de arte que de técnica. Sin embargo, autores como Goldman y McDonald (1987) se muestran menos exigentes al perfilar el ideal de moderador y defienden la idea de que tal función puede ser asumible por la mayor parte de los investigadores, siempre que se conozca la estructura y los principios de la técnica. En cualquier caso, el moderador debe tratar de crear el ambiente relajado necesario para que los sujetos hablen con libertad.

¿Cómo se registrarán los datos producidos?

El grupo de discusión implica un proceso lingüístico de producción de datos en una situación de interacción verbal. Los datos producidos por el grupo de discusión consisten en un discurso oral, que queda registrado mediante una grabadora y transcrito mecanográficamente, resultando un texto para analizar. La grabación en audio suele considerarse menos intrusiva que la grabación en vídeo o la observación directa por otra persona.

A veces, el discurso puede ser reconstruido a partir de anotaciones tomadas durante la reunión, aunque se corre de este modo el riesgo de pérdidas de información cuando las notas no son suficientemente completas. Por este motivo, la mayoría de los autores considera esencial disponer de una grabadora. Puesto que las transcripciones son los datos básicos que los grupos de discusión producen, es absolutamente vital disponer de un buen equipo y asegurar la calidad de los datos registrados. Para Watts y Ebbutt (1987), la presencia de una grabadora inhibe menos en un grupo que ante un solo individuo. "La experiencia ha demostrado que el inicial efecto inhibitorio de la grabadora desaparece tras un breve período de tiempo" (Folch-Lyon y Trost, 1981:448). Además, la grabación en audio resulta ser un medio menos intrusivo que el vídeo; los participantes comprenden sin dificultad la necesidad que tiene el investigador de un registro del discurso, y rápidamente se sumergen en la discusión ignorando micrófonos y equipos (Morgan, 1988).

La observación de los participantes durante la interacción grupal aporta datos adicionales. Algunos autores proponen, por esta razón, la presencia en el lugar de reunión de otra persona además del moderador, que asumiría entre sus funciones la observación de los sujetos para obtener datos adicionales, el manejo de los aparatos de registro o la posterior colaboración en el análisis del discurso. Sin embargo, trabajos empíricos han confirmado que la presencia de un observador, incluso aunque no pronuncie palabra alguna, ejerce un importante efecto sobre el modo en que se produce el discurso (Robson y Wardle, 1988).

¿Cómo se llevará a cabo el análisis de los datos?

La práctica dominante sitúa el análisis fundamentalmente en niveles descriptivos, dando lugar a informes de investigación en los que el material producido se estructura en torno a una serie de temas considerados relevantes. La codificación de los datos y el agrupamiento por categorías permite explorar el contenido expresado acerca de cada uno de los aspectos del tema discutido. La exposición ordenada de lo manifestado acerca de estos temas, se apoya en la presentación de aquellas citas textuales en las que las ideas claves del discurso quedaron capturadas.

Cada vez más se insiste en la necesidad de sobrepasar este nivel y desarrollar una verdadera interpretación del discurso. Para los sociólogos que en nuestro país han desarrollado esta técnica, desde una perspectiva psicoanalítica, la interpretación se basa en un amplio conocimiento por parte del analista del macrosistema representado en el grupo. El análisis se centraría en los elementos que atraen la atención del analista por su especial relevancia para el tema en estudio, procediendo a relacionar lo expresado por los sujetos con procesos y elementos de la dinámica presente en el contexto social del grupo. Desde otras perspectivas, la aplicación de técnicas analíticas más penetrantes que la mera enumeración de elementos, suele concretarse en el recurso a las comparaciones entre grupos o dentro de los mismos, y en la búsqueda de relaciones entre los elementos de significado para identificar tendencias o modelos.

La literatura sobre grupos de discusión recoge, cada vez más, la necesidad de explicitar procedimientos de análisis sistemáticos y verificables, aunque los informes de investigación dedican escasas páginas a este tema, limitándose a dar breves pinceladas sobre el diseño del estudio para pasar inmediatamente a presentar los hallazgos o resultados. En cualquier caso, los procedimientos de análisis guardan similitud, en líneas generales, con los que se siguen cuando se analizan datos cualitativos textuales procedentes de entrevistas, observaciones, diarios, documentos, etc., si bien el recurso a la cuantificación ha sido una estrategia poco considerada en la investigación de mercados. Ello parece estar explicado por la separación estricta que estos investigadores hacen entre investigación cuantitativa e investigación cualitativa, y por la tendencia a usar los grupos de discusión como procedimientos exploratorios seguidos de estudios cuantitativos.

¿Cómo se presentarán los resultados?

Por último, los resultados del análisis deben ser presentados mediante un informe narrativo. Al confeccionar este informe, siguiendo las recomendaciones de distintos

autores, debe huirse de lo que supondría una presentación de las afirmaciones y opiniones en la misma secuencia temporal en que aparecen en la discusión, trasladando la función analítica al lector (Goldman y McDonald, 1987) o únicamente un sumario impresionista de los principales hallazgos (Hartman y Arora, 1988). La información extraída de los datos debe ser elaborada y organizada conceptualmente.

Es una práctica frecuente presentar citas directas del discurso para ilustrar los resultados. La inclusión de fragmentos del discurso añadiría vida y color al informe (Grunig, 1990). De acuerdo con la distribución señalada por Morgan (1988), en un informe la tercera parte lo constituirían citas directas, y el resto se dividiría entre contextualizar las citas e interpretar su significado.

3. EL USO DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN JUNTO A OTRAS TÉCNICAS

Es habitual el uso de los grupos de discusión de forma aislada, práctica que algunos justifican en el hecho de que conducen a resultados similares a los obtenidos por otros procedimientos (Ward, Bertrand y Brown, 1991). Sin embargo, otros opinan que los grupos de discusión son en esencia técnicas complementarias de los estudios cuantitativos, y formarían parte de estrategias de investigación que incluyen diversas técnicas de elaboración de datos. Este empleo conjunto abre paso a la posibilidad de triangulación, confirmando los hallazgos de los grupos de discusión mediante el contraste con los resultados de técnicas como el cuestionario.

Goodman (1984) consideraba tres vías en que esta técnica puede ser aplicada. Además del uso de los grupos de discusión de forma aislada, podrían ser utilizados precediendo o sucediendo a otros procedimientos de investigación.

A veces los grupos de discusión anteceden a otras técnicas. El uso en las primeras fases de un estudio para recoger datos exploratorios ha hecho de los grupos de discusión un adecuado mecanismo para generar hipótesis cuando aún se sabe poco sobre el problema investigado (Wells, 1974), sirviendo en este caso como base para el desarrollo de una posterior investigación adicional (Cox y otros, 1976). Es frecuente la construcción de cuestionarios a partir de los resultados de grupos de discusión, permitiendo formular sus items en el propio lenguaje usado por los sujetos a quienes va dirigido (Bers, 1989) e incluyendo ideas que podrían haber quedado excluidas en la elaboración.

Los grupos de discusión pueden ser empleados, con posterioridad, para la interpretación de los resultados obtenidos por otros medios, generalmente interpretación de datos numéricos sobre conductas o actitudes para los que se precisa una explicación (Folch-Lyon y Trost, 1981).

4. CONCLUSIÓN

Las posibilidades de los grupos de discusión como estrategia metodológica sobre la que apoyar la investigación, cuando interesa conocer la percepción que los sujetos de una población tienen acerca de un determinado concepto, hecho, institución o programa, han quedado ampliamente confirmadas en diferentes ámbitos de la sociología, y parecen empezar a ser valoradas también en el campo de la investi-

gación sobre educación. Los grupos de discusión producen un tipo de datos que difícilmente podrían obtenerse por otros medios, ya que configuran situaciones naturales en las que es posible la espontaneidad y en las que, gracias al clima permisivo, salen a la luz opiniones, sentimientos, deseos personales que en situaciones experimentales rígidamente estructuradas no serían manifestados.

Por otra parte, el problema que encuentra el investigador educativo cuando trata de obtener datos a partir de los sujetos a los que estudia no radica sólo en la dificultad para conseguir una información que no sea filtrada por las reticencias del informador, sino también en que los propios sujetos a veces no han madurado suficientemente sus opiniones o no han formado actitudes sólidas ante determinados temas. La confrontación de puntos de vista entre los participantes en un grupo de discusión permite a éstos formar y concretar sus posturas o evolucionar en sus planteamientos. Las opiniones no se forman aisladamente sino en interacción con otros sujetos.

En definitiva, la información acerca de la valoración afectiva que hace el grupo del tópico investigado, sus creencias y expectativas, sus planes, resistencias, temores conscientes e inconscientes que se proyectan sobre él, obtenida en una situación de interacción similar a las que se plantean en la vida real, constituye un tipo de datos que otras técnicas de mayor tradición como el cuestionario o la entrevista no podrían aportarnos.

Si a estas potencialidades añadimos el bajo coste y la amplitud de los datos recogidos en relación al tiempo empleado, pensamos que existen razones para prever un progresivo incremento en el uso de esta técnica por parte de los investigadores en educación.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ ROJO y otros. (1992): *Evaluación del funcionamiento y de los resultados de la intervención de los Equipos de Promoción y Orientación Educativa en la Comunidad Autónoma Andaluza durante el período 1983-1989*. Sevilla, M.I.D.O.
- BERS, T.H. (1989): The popularity and problems of focus-group research, *College and University*, 64 (3), 260-268.
- BION, W.R. (1974): *Experiencias en grupos*. Buenos Aires, Paidós.
- BUTTRAM, J.L. (1990): Focus group: a starting point for needs assessment. Comunicación presentada en el *Annual Meeting of the American Educational Research Association*. Boston. ERIC Document Reproduction Service N° ED322628.
- BYERS, P. Y. y WILCOX, J. R. (1988): Focus groups: an alternative method of gathering qualitative data in communication research. Comunicación presentada al *Annual Meeting of the Speech Communication Association*. New Orleans, LA. ERIC Document Reproduction Service N° ED297393.
- CALDER, B. J. (1977): Focus groups and the nature of qualitative marketing research, *Journal of Marketing Research*, XIV, August, 353-364.
- COHEN, M. C. y ENGLEBERG, I. N. (1989): Focus group research: procedures and pitfalls. Comunicación presentada a la *Convention of the Eastern Communication Association*. Ocean City, MD. ERIC Document Reproduction Service, N° ED307001.
- COX, K. K. y otros, (1976): Applications of focus group interviews in marketing, *Journal of Marketing*, 40 (1), 77-80.
- FERN, E. F. (1982): The use of focus groups for idea generation: the effects of group size, acquaintanceship, and moderator on response quantity and quality, *Journal of Market Research*, XIX (1), 1-13.
- FERN, E.F. (1983): Focus group: a review of some contradictory evidence, implications and suggestions for future research, *Advances in Consumer Research*, 10, 121-126.
- FERNÁNDEZ ENGUITA, M. (1989): La tierra prometida. La contribución de la escuela a la igualdad de la mujer, *Revista de Educación*, 290, 21-41.
- FOCH-LYON, E. y TROST, J. F. (1981): Conducting focus group sessions, *Studies in Family Planning*, 12 (12), 443-449.
- FREY, J. H. y FONTANA, A. (1991): The group interview in social research, *The Social Science Journal*, 28 (2), 175-187.
- GOLDMAN, A. E. y McDONALD, S. S. (1987): *The group depth interview. Principles and practice*. New Jersey, Prentice Hall Inc.
- GOODMAN, R. I. (1984): Focus group interviews in media product testing, *Educational Technology*, August, 39-44.
- GREENBAUM, T. L. (1988): *The practical handbook and guide to focus group research*. Lexington, MA, D. C. Heath and Company.
- GRUNIG, L. A. (1990): Using focus group research in public relations, *Public Relations Review*, XVI (2), 36-49.
- HARTMAN, R. I. y ARORA, R. (1988): Feedback through focus group interviews, *Journal of Career Planning and Employment*, 69 (1), 77-80.
- HAYWARD, W. y ROSE, J. (1990): 'We'll meet again...': repeat attendance at group discussions - does it matter?, *Journal of the Market Research Society*, 32 (3), 377-407.
- IBÁÑEZ, J. (1986): *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y crítica*. Madrid, Siglo XXI Editores.
- IBÁÑEZ, J. (1989): Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión, en García Ferrando, M.; Ibáñez, J. y Alvira, F., *El análisis de la realidad social*. Madrid, Alianza Editorial, 489-501.
- KRUEGER, R. A. (1991): *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid, Pirámide.

- LEDERMAN, L. C. (1990): Assessing Educational effectiveness: the focus group interview as a technique for data collection, *Communication Education*, 38, 117-127.
- LEE, J. (1982): Using new methods to determine continuing education needs of rural women. ERIC Document Reproduction Service Nº ED233131.
- McMILLAN, J. H. (1989): Conceptualizing and assessing college student values. Comunicación presentada al *Annual Meeting of the American Educational Research Association*, San Francisco. ERIC Document Reproduction Service Nº ED306274.
- MERTON, R. K. (1987): The focused interview and focus groups:continuities and discontinuities, *Public Opinion Quarterly*, 51, 550-566.
- MERTON, M. Q.; FISKE, M. y KENDALL, P. L. (1956): *The focused interview*. Glencoe, IL, Free Press.
- MILLER, W. J. (1987): Focus group study of teachers' perceptions of the instructional program for reading language arts and instruction in mathematics curricula. ERIC Document Reproduction Service Nº ED300369.
- MORGAN, D. L. (1988): *Focus groups as qualitative research*. Sage University Paper Series in Qualitative Research Methods, 16. Beverly Hills, Sage Publications.
- NELSON, J. E. y FRONTZAK, N. T. (1988): How acquaintanceship and analyst can influence focus group results, *Journal of Advertising*, 17 (1), 41-48.
- REYNOLDS, F. D. y JOHNSON, D. K. (1978): Validity of focus-group findings, *Journal of Advertising Research*, 18 (3), 21-24.
- ROBSON, S. y WARDLE, J. (1988): Who's watching whom?, *The Market Research Society Conference*, 191-233.
- STYCOS, J. M. (1981): A critique of focus group and survey research: the machismo case, *Studies in Family Planning*, 12 (12), 450-456.
- SZYBILLO, G. J. y BERGER, R. (1979): What advertising agencies think of focus groups, *Journal of Advertising Research*, 19 (3), 29-33.
- TEMPLETON, J. F. (1987): *Focus groups: a guide for marketing and advertising professionals*. Chicago, Probus Publishing Company.
- WARD, V. M.; BERTRAND, J. T. y BROWN, L. F. (1991): The comparability of focus group and survey results, *Evaluation Review*, 15 (2), 266-283.
- WATTS, M. y EBBUTT, D. (1987): More than the sum of the parts: research methods in group interviewing, *British Educational Research Journal*, 13 (1), 25-34.
- WELLS, W. D. (1974): Group interviewing, en Ferber, R. (Ed.), *Handbook of marketing research*. New York, Mc Graw Hill.