

PRÁCTICA DE LIDERAZGO

Focus group: Una técnica para indagar sobre la práctica educativa

Autor:
Felipe Aravena

Cómo citar documento:

Aravena, F. (Noviembre, 2023). Focus group: Una técnica para indagar sobre la práctica educativa. Práctica de Liderazgo. Disponible en www.lidereseducativos.cl





La utilización de datos e información relevante para tomar decisiones organizacionales y pedagógicas es fundamental para la mejora de los centros educativos (Coburn y Turner, 2011; Datnow y Schildkamp, 2017; Lasater et al., 2019). Dicho de otro modo, para mejorar se requiere indagar, analizar y reflexionar sobre datos e información. De acuerdo con Bryk et al. (2018) este proceso de investigación es indispensable para promover la mejora educativa.

Por investigación, no nos referimos a estudios académicos sofisticados que buscan insumar a la política pública nacional, sino más bien por indagación se comprende la capacidad de explorar, de manera consciente e intencionada, en la mejora de la práctica (Bryk et al., 2018). Este tipo de indagación es la que ayuda a los equipos escolares a mejorar su propia práctica comprendiendo los cómo y porqué.

Conducir procesos de indagación para la mejora de la práctica al interior de los centros escolares es clave, sin embargo no es una tarea sencilla. Por eso, el siguiente recurso busca orientar el diseño e implementación de una técnica de investigación cualitativa: focus group o entrevista grupal. El recurso se estructura levantando distintas preguntas que pretenden clarificar lo siguiente:

- 1 ¿Qué es un focus group?
- 2 ¿Cómo seleccionar a los y las participantes de un focus group?
- 3 ¿Cuántas personas participantes por focus group?
- 4 ¿Qué tipos de pregunta se realizan en un focus group?
- 5 ¿Quién realiza las preguntas?
- 6 ¿Qué debemos asegurar cuando realicemos el focus group?
- 7 ¿Qué hacemos luego de realizar el focus group?





1

¿QUÉ ES UN FOCUS GROUP?

Los focus group son una forma de entrevista grupal donde se centra la discusión sobre un aspecto específico que es facilitado por un moderador o moderadora. El objetivo de los focus group es obtener datos referidos a ideas, actitudes, comprensiones, percepciones, patrones de pensamiento, entre otros de un grupo de personas seleccionadas que discuten sobre un tópico en particular (Plummer-D'Amato, 2008). Estos datos son generados en la medida que la interacción social ocurre entre los y las participantes (Kitzinger, 1994). A diferencia de las entrevistas individuales, los focus group ayudan a movilizar la discusión, cuando un o una participante plantea su pensamiento, en otros y otras participantes se generan nuevas ideas o se redefinen otras. Como es un grupo compartiendo ideas, que pueden diferir, no es el objetivo generar consensos entre los y las participantes (Plummer-D'Amato, 2008).



2

¿CÓMO SELECCIONAR A LOS Y LAS PARTICIPANTES DE UN FOCUS GROUP?

Las personas que participan en un focus group dependen del objetivo de la indagación (Krueger y Casey, 2000). Por ejemplo, si queremos indagar sobre un problema ocurrido en el tercer medio, no sería procedente indagar con los y las estudiantes de 7mo básico, sino más bien con los y las estudiantes que reportan el problema. Por esta razón, las entrevistas grupales utilizan una selección intencionada (muestreo intencional) en la que los y las participantes son deliberadamente escogidos y escogidas (Plummer-D'Amato, 2008).

Otro punto importante, es que los grupos requieren ser homogéneos en su composición (Kitzinger, 1994). En palabras más simples, agrupar a los y las participantes de acuerdo a su experiencia, nivel de conocimiento del aspecto a indagar y rol que desempeñan en el establecimiento educacional. Esto, para maximizar los niveles de confianza entre las y los miembros del grupo y, así, poder expresar libremente sus pensamientos y opiniones. Por ejemplo, si el objetivo es indagar sobre la efectividad de los acompañamientos al aula, puede ser que si se invite a las y los UTPs y docentes, los y las docentes no se sientan totalmente cómodos y cómodas de compartir su opinión respecto al proceso. Por lo mismo, sería más pertinente sólo invitar a discutir a docentes, quedando el grupo conformado por participantes con la misma experiencia y rol.

3

¿CUÁNTAS PERSONAS PARTICIPANTES POR FOCUS GROUP?



En términos generales, se recomienda entre 6 a 8 participantes por focus group (Krueger y Casey, 2000). Esto, porque si el grupo es muy reducido (menos de 6) se pierde la posibilidad de interactuar y ampliar la comprensión sobre un fenómeno. En cambio, si el grupo es muy numeroso (más de 8) podría ser que algunos y algunas quedaran silenciadas y, también, se darían complicaciones para comprender las interacciones entre los y las participantes.

4

¿QUÉ TIPOS DE PREGUNTA SE REALIZAN EN UN FOCUS GROUP?



Las preguntas dependen del objetivo de la investigación. De forma que, antes de pensar en las preguntas, se requiere definir claramente el objetivo de la investigación. No obstante ello, Hurwoorth (1996) indica que las preguntas requieren ser claras y abiertas¹ organizadas en un guión. El guión debería tener tres tipos de preguntas. Para explicar los tipos de preguntas y propiciar ejemplos, se utilizará el siguiente objetivo de investigación:

Objetivo de investigación: Indagar por qué los y las estudiantes de enseñanza media participan menos que los y las de enseñanza básica.

TIPO 1: Una pregunta de apertura. Se caracterizan por ser amplias y claramente comprensibles. Funcionan como estimulantes o gatillantes de la conversación. Por ejemplo, *¿Cómo ven la participación de los y las estudiantes en la sala de clases? También, sirven para generar un clima de confianza e interés por participar en el espacio: “Pensando en la última clase de ayer, ¿cómo fue la participación de los y las estudiantes?”*

TIPO 2: Preguntas de transición. Este tipo de preguntas tiende a ir conectando distintos temas o ideas que surgen de la participación de las y los miembros del grupo. Suelen servir para ir amplificando o profundizando en algún aspecto mencionado por los y las participantes. Por ejemplo, *¿Cómo se sienten cuando los y las estudiantes participan en sus clases?, ¿qué tipos de participación ustedes reconocen en sus clases?, ¿qué ejemplos tienen?*

TIPO 3: Preguntas clave. Son preguntas que debemos realizar para alcanzar el objetivo de la investigación. Es decir, son más específicas y precisas, asociadas a la temática a indagar. Si no las realizamos es muy difícil poder obtener datos que den respuesta al objetivo de la investigación. Si seguimos nuestro ejemplo, las preguntas clave podrían ser *¿Cómo explican que los y las estudiantes participen más en básica que en enseñanza media?, ¿cómo fomentan la participación de los y las estudiantes en enseñanza básica?, ¿por qué creen que las estrategias para fomentar la participación son menos efectivas con los y las estudiantes de enseñanza media?*

Si para efectuar el focus group, se requiere diseñar un guión, lógicamente las preguntas no son producto de la improvisación o el azar, sino más bien se planifican cuidadosamente. Esto, para asegurar que la discusión esté alineada con el objetivo de la indagación (Krueger y Casey, 2000).

¹ Si deseas profundizar sobre los tipos de preguntas, te recomendamos revisar el siguiente recurso: https://www.lidereseducativos.cl/recursos/como_hacer_buenas_preguntas/

5

¿QUIÉN REALIZA LAS PREGUNTAS?



Todos los focus group requieren de un moderador, moderadora, facilitador o facilitadora del espacio de discusión. Por definición, un moderador o moderadora es aquella persona encargada de facilitar el espacio, asegurar que la conversación fluya y se enfoque en el aspecto a indagar (Plummer-D'Amato, 2008). Es decir, no es un o una participante del focus group. La calidad de la información recogida y la fluidez de la conversación dependen, en gran medida, de las habilidades del moderador o moderadora. Entre las que se cuentan (Krueger y Casey, 2000):

- ✓ Establecer las normas y objetivos.
- ✓ Favorecer un ambiente grato y de confianza para que los y las participantes puedan compartir sus puntos de vista.
- ✓ Mantener el foco de la conversación.
- ✓ Asegurar que todos y todas las participantes compartan sus pensamientos.
- ✓ Mantener una postura abierta, sin juzgar verbal, ni no verbalmente.
- ✓ Parafrasear.
- ✓ Escuchar activamente para profundizar o ampliar los puntos de vista expuestos.

6

¿QUÉ DEBEMOS ASEGURAR CUANDO REALICEMOS EL FOCUS GROUP?



Cuando estén implementando el focus group, tenga en cuenta los siguientes aspectos:

- Contar con un espacio cómodo y sin interferencias para que los y las participantes se sientan libres y en confianza de compartir sus ideas.
- Agrupar a los y las participantes en una ronda con sillas. Esto, para crear la sensación de grupo que comparte sus ideas.
- Antes de comenzar con el guión de preguntas, permita que los y las participantes se presenten y conozcan entre sí.
- Expliquen el objetivo de la indagación y por qué ustedes están indagando sobre ello. Es muy importante para los y las participantes saber por qué están allí y qué pueden contribuir. Así, también se reduce la sensación del *¿por qué estoy yo aquí?*

- Como los grupos humanos son dinámicos, pueden aparecer temas o ideas interesantes. Por lo que el moderador o moderadora debe estar atento o atenta a poder indagar en ello. Parafrasee lo que indican los y las participantes, utilizando preguntas tales como *¿por qué piensas eso?*, *¿cuáles son las razones del por qué piensas eso?*
- Distribuya equitativamente los turnos de habla. No permita que un o una participante monopolice la conversación.
- No enjuice, critique o defienda su postura cuando no esté de acuerdo con lo que indica un o una participante. Se requiere tener apertura y escucha activa para recoger de manera comprensiva las perspectivas de los y las participantes.
- Graben la conversación para luego transcribirla.
- Tomar notas de la interacción entre participantes, ideas o conceptos interesantes que den nuevos puntos de vistas o profundicen otros.

Finalmente, como cualquier tipo de investigación, es necesario abordar aspectos éticos. En esto, asegure que los y las participantes conozcan los propósitos de la investigación, que no implica ningún riesgo físico ni psicológico asociado a la participación y que toda información recopilada y analizada sólo será utilizada para los fines de la indagación, sin ser usada para otros. Es decir, una investigación con confidencialidad. Esto, puede ser firmado a través de un consentimiento simple para cada participante.



7 ¿QUÉ HACEMOS LUEGO DE REALIZAR EL FOCUS GROUP?

Una vez que se realiza la entrevista grupal, viene la etapa de análisis e interpretación de la información recogida. Para ello, se requiere transcribir la grabación de la conversación, de la manera más fidedigna. En esta ocasión, presentaremos de manera simplificada las etapas para realizar un análisis e interpretación de los datos cualitativos. Siguiendo la propuesta de Krueger y Casey (2000), es importante seguir las siguientes etapas:

Etapas para el análisis e interpretación de datos

ETAPA	DESCRIPCIÓN Y RECOMENDACIONES PARA CADA ETAPA
FAMILIARIZACIÓN	Refiere a relacionarse con la información. En lo concreto, leer reiteradamente la transcripción de la conversación y/o escuchar varias veces la grabación de video o audio. Esto, para comprender claramente, antes de analizar e interpretar la información, qué temas fueron conversados.

ETAPA	DESCRIPCIÓN Y RECOMENDACIONES PARA CADA ETAPA
IDENTIFICAR CATEGORÍAS	En esta etapa, se espera que se identifiquen las ideas, conceptos y citas que responden a la temática a indagar. Debemos estar conscientes de que aparecerá información adicional que puede ser interesante, pero requerimos mantener nuestra atención en la identificación de la información que responde a nuestra temática de indagación. Aquí, se debe subrayar el texto para ir identificando categorías de análisis. Sigamos revisando nuestro ejemplo que busca indagar por qué los y las estudiantes de enseñanza media participan menos que los y las de enseñanza básica. Una sección de la transcripción dice así: Docente 1: <i>Yo pienso que los y las profesoras de básica también fomentamos que los y las estudiantes participen en grupos y eso puede incidir en los niveles de participación.</i> Docente 2: <i>Igual yo coincido con la profe Patricia, pero además agregaría que el clima de aula es más favorable en los cursos pequeños y eso explica muchas veces porque los y las estudiantes participan más, al menos, en el quinto básico que es mi curso.</i> Docente 3: <i>Siii a mí me encanta trabajar con el quinto básico.</i> En esta transcripción, subrayaríamos lo siguiente para identificar categorías. Docente 1: Yo pienso que <u>los y las profesoras de básica también fomentamos que los y las estudiantes participen en grupos y eso puede incidir en los niveles de participación.</u> Docente 2: Igual yo coincido con la profe Patricia, pero además <u>agregaría que el clima de aula es más favorable en los cursos pequeños y eso explica muchas veces porque los y las estudiantes participan más, al menos, en el quinto básico que es mi curso.</u> Docente 3: <i>Siii a mi me encanta trabajar con el quinto básico.</i> Lo que manifiesta la docente 3 es interesante porque indica cómo percibe a un curso, pero no entrega información sobre el nivel de participación de los y las estudiantes. Por lo que no se seleccionaría para agregar a las categorías de análisis. Distinto a lo reportado por las docentes 1 y 2 que sí lo identificaríamos como información para analizar.
CATEGORIZAR	Una vez que se identifican ideas, conceptos y citas clave asociadas a la temática a indagar se levantan categorías. Es decir, se extraen las citas subrayadas en el texto original y son reagrupadas en función de categorías de análisis. Una categoría engloba ideas, conceptos y citas que coinciden en términos temáticos. En el ejemplo anterior, tendríamos 2 categorías de análisis: Categoría 1: Fomento de trabajo grupal “Los y las profesoras de básica también fomentamos que los y las estudiantes participen en grupos y eso puede incidir en los niveles de participación” (docente 1). Categoría 2: Clima de aula positivo “Agregaría que el clima de aula es más favorable en los cursos pequeños y eso explica muchas veces porque los y las estudiantes participan más, al menos, en el quinto básico que es mi curso” (docente 2). Un aspecto importante de esta etapa es la reducción de la información. Es decir, ir contrastando y comparando citas similares en una misma categoría de análisis.

ETAPA	DESCRIPCIÓN Y RECOMENDACIONES PARA CADA ETAPA
INTERPRETAR	Esta etapa considera distintos criterios para interpretar la información. Para simplificar, usaremos dos criterios para interpretar (Krueger y Casey (2000): (1) Frecuencia y (2) Consistencia interna. La frecuencia, refiere a la cantidad de veces que se repiten ideas, conceptos y citas similares que se agrupan en una misma categoría. Por ejemplo, podría ser que muchos profesores y profesoras mencionen el clima de aula como un factor que incide en la participación de los y las estudiantes. En contraste que solo un o una docente menciona el fomento de actividades grupales como un factor que incide en el nivel de participación de los y las estudiantes. La consistencia interna, refiere al nivel de acuerdo o desacuerdo de los puntos de vista propuestos por los y las participantes de la entrevista grupal. Revisemos el siguiente extracto de la transcripción:  Docente 7: “Yo soy profesora de enseñanza media y yo si hago trabajo en grupos e igual no siento que eso ayude a los y las estudiantes a participar más. . . igual no se motivan a participar, sobre todo, los del 1 y 2 medio”.  Docente 8: “Yo no estoy tan de acuerdo, yo si veo que quizás en enseñanza media no hacemos tanto trabajo grupal, por lo que igual se podrá explicar que participen menos”.  Docente 9: “Ahora escuchando. . . también creo que fomentamos más el trabajo individual y quizás eso genera que participen menos”.  Docente 10: “No sé, yo tengo mis dudas con lo que dicen”. En este extracto de transcripción, podemos interpretar que no existe consistencia interna en la información, porque para algunos y algunas profesoras el fomento del trabajo grupal podría explicar los bajos niveles de participación en clases de los y las estudiantes de enseñanza media. En cambio, para otros y otras profesoras no necesariamente es así.
REPORTAR LOS HALLAZGOS	Luego de analizar e interpretar la información, es importante reportar los hallazgos. Esto implica sintetizar la información analizada e interpretada, destacando elementos relevantes que permiten una comprensión más profunda sobre el tema a indagar. Siguiendo con el ejemplo se podrían presentar tres grandes hallazgos:  Los y las docentes reportan que los niveles de participación de los y las estudiantes podrían explicarse por dos factores: el fomento de actividades grupales y un clima de aula positivo.  Existe un gran número de docentes que manifiesta que el clima de aula positivo es un factor que afecta el nivel de participación de los y las estudiantes en la sala de clases.  No existe acuerdo entre los y las docentes para indicar que el fomento de actividades grupales sea un factor que incida en el nivel de participación de los y las estudiantes en la sala de clases.



CONCLUSIONES

La capacidad de explorar, de manera consciente e intencionada sobre la práctica, es fundamental para mejorar organizacional y pedagógicamente (Datnow y Schildkamp, 2017). Los focus group son una técnica de investigación cualitativa que permite recoger información, de manera rápida, de distintos actores. Por lo que su uso podría ser beneficioso para los centros escolares, cuando desean comprender más profundamente por qué y cómo pasan o no pasan ciertas cosas. Sin embargo, no es un proceso sencillo y requiere seguir ciertos pasos metodológicos. De no seguirse, la calidad de la información recogida, analizada e interpretada podría verse afectada. Lo positivo, es que mientras más veces lo practicamos más expertos y expertas nos volvemos.

Invitamos a todas y todos los líderes educativos, y a sus equipos, a indagar sobre la propia práctica para así conducir la investigación disciplinada que es un principio clave de la ciencia de la mejora.

REFERENCIAS

Bryk, A. S., Gomez, L. M., Grunow, A. y LeMahieu, P. G. (2015). *Learning to improve: How America's schools can get better at getting better*. Cambridge, MA: Harvard Education Press.

Coburn, C. E. y Turner, E. O. (2011). Research on data use: A framework and analysis. *Measurement. Interdisciplinary Research and Perspectives*, 9(4), 173–206.

Datnow, A. y Schildkamp, K. (2017). Uso de datos en la promoción de la mejora escolar. In J. Weinstein y G. Muñoz (Eds.), *Liderazgo escolar y mejora en las escuelas: Once miradas* (pp. 194–226). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.

Hurworth, R. (1996). Qualitative methodology: Common questions about running focus groups during evaluations. *Evaluation News and Comment*. 5(1), 48–9, 52

Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus groups: The importance of interaction between research participants. *Social Health Illn* 16, 103–21.

Krueger, R. A. y Casey, M. (2000). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage, Newbury Park.

Lasater, K., Albiladi, W. S., Davis, W. S. y Bengtson, E. (2019). The data culture continuum: An examination of school data cultures. *Educational Administration Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/0013161X19873034>.

Plummer-D'Amato, P. (2008). Focus group methodology Part 1: Considerations for design. *International Journal of Therapy and Rehabilitation*, 15(2), 69–73.





www.lidereseducativos.cl