

Dirigir grupos focales y debates en grupos grandes

GRUPOS FOCALES

Los grupos focales son debates en grupos pequeños dirigidos por un moderador capacitado. Están estructurados para sacar a la luz las opiniones y las perspectivas que son representativas de un determinado grupo demográfico. Los grupos focales tienen una serie de beneficios pero, como todas las técnicas de recopilación de información, también tienen sus desventajas. Por ejemplo, si bien puede resultar rápido organizar y llevar a cabo grupos focales, la información que se obtenga estará sesgada si no se selecciona cuidadosamente a los participantes del grupo.

Los grupos focales son especialmente útiles cuando:

- Se están evaluando las necesidades de una comunidad.
- Se está considerando introducir un nuevo servicio.
- Se quieren evaluar diversos aspectos de un servicio o grupo de servicios existente.
- Se siente que la colaboración cara a cara con las partes interesadas sumará riqueza y credibilidad a la iniciativa general de recopilación de datos.
- Se tiene acceso a un moderador neutral y calificado.
- Se conoce cómo seleccionar un grupo de participantes que refleje las diversas opiniones del grupo demográfico deseado.
- Se necesita recopilar información de forma rápida y económica.
- Se cuenta con un miembro del personal o un voluntario que pueda tomar notas exhaustivas durante el grupo focal, o bien grabarlo y transcribir las notas después.
- Se cuenta con un pequeño equipo de personas, de las cuales no todas estuvieron presentes en el grupo focal, para analizar las notas, identificar los temas y desarrollar conclusiones.

Por último, antes de decidirse a dirigir un grupo focal, pregúntese qué es lo que desea descubrir que no se pueda averiguar de otra manera. ¿Qué matices de las perspectivas y opiniones hacen que un grupo focal sea la alternativa recomendable? Tener una idea muy clara de lo que quiere lograr aumentará sus probabilidades de éxito.

Planificación de un grupo focal

Consideraciones especiales:

- **Seleccione cuidadosamente a los participantes.** Elija un grupo reducido de partes interesadas y, dentro de ese grupo, invite a personas que probablemente presenten diversidad de opiniones. No todas las personas deben estar muy satisfechas con sus servicios ni todas deben ser críticas. Lo ideal es contar con una mezcla real de personas, especialmente si va a llevar a cabo solo uno o dos grupos focales. Cada grupo focal no debería incluir más de 10 participantes. Si las partes interesadas abarcan muchos subgrupos raciales, étnicos, lingüísticos o socioeconómicos diferentes, es posible que necesite media docena de grupos focales, o incluso más, para cubrir toda la gama de opiniones de las partes interesadas.
- **Tome una decisión sobre los incentivos.** Los grupos focales pueden ser económicos de ejecutar, especialmente si ya tiene acceso a un moderador calificado. No obstante, debe considerar si compensará a los participantes por asistir y cómo lo hará. Puede dar a los participantes una pequeña remuneración en efectivo o un vale de regalo, o tal vez simplemente queden satisfechos si comparte unos refrigerios o una comida. De cualquier manera, asegúrese de que sepan de antemano lo que se ofrece.

- **Decida los detalles.** ¿Qué día, hora y lugar funcionan mejor para garantizar que las personas que desea que asistan puedan participar? Considere la duración del grupo focal; 90 minutos es ideal para la mayoría de los grupos. Garantice la accesibilidad. Por ejemplo, ¿necesitará un traductor? ¿Necesitará ofrecer cuidado infantil o tal vez transporte?
- **Prepare sus preguntas.** Las preguntas dirigidas a los grupos focales suelen ser abiertas y pretenden estimular el razonamiento y la conversación. Las siguientes sugerencias provienen de la Caja de Herramientas Comunitarias del Centro para la Salud y el Desarrollo Comunitarios:
 - "¿Cuáles son algunos de tus pensamientos sobre lo que está sucediendo ahora?"
 - "¿Con qué estás satisfecho?" "¿Por qué?" (O bien "¿Qué cosas funcionan bien?")
 - "¿Hay cosas que te gustaría que cambiaran?" (O bien "¿Qué cosas no funcionan bien?") "¿Cuáles son?" "¿Por qué?" "¿De qué manera deberían cambiar?"
 - "¿Qué tipo de cosas te gustaría que sucedieran?"
 - "¿Cómo te sientes sobre este aspecto en particular (del tema)? ¿Qué opinas sobre eso?"
 - "Algunas personas han dicho que una forma de mejorar X es hacer Y. ¿Estás de acuerdo?" (O bien "¿Qué opinas al respecto?")
 - "¿Tienes otras recomendaciones o sugerencias que te gustaría hacer?"
 - "¿Qué aspectos no hemos tratado?" (O bien "¿Qué más te resulta importante decir antes de que terminemos?")

Consiga participantes. Funcionará mejor si lo hace en persona. Pida ayuda a colegas, amigos y amigos de amigos para ponerse en contacto con partes interesadas que normalmente no asistan a las reuniones ni den a conocer sus opiniones. De aquí procederá parte de la información más rica e interesante que obtenga.

Dirigir el grupo

El moderador:

- Revisa el propósito del grupo y los objetivos de la reunión.
- Presenta el orden del día, sugiere las normas básicas y fomenta la participación abierta.
- Hace preguntas clave.
 - La primera pregunta puede ser muy amplia, como "¿Cuáles son tus pensamientos generales sobre las necesidades de las familias en esta comunidad?". Las preguntas pueden volverse más precisas con el tiempo para terminar llegando a: "¿Cómo crees que el servicio X está funcionando para las familias? ¿Qué va bien y qué va mal, desde tu perspectiva?".
- Se asegura de que todos tengan la oportunidad de ser escuchados.
 - Esto puede lograrlo avanzando alrededor del círculo mientras solicita respuestas a cada una de las personas o bien pidiendo a los participantes que levanten la mano o asientan con la cabeza cuando compartan una opinión expresada por otro miembro.

Para lograr que el debate avance:

- Resuma lo que cree haber escuchado y pregunte si el grupo está de acuerdo.

- Formule la misma pregunta de una manera diferente.
- Haga preguntas de seguimiento.
- Observe alrededor de la sala y haga un breve contacto visual, especialmente con aquellos que quizás no hablen mucho.

Después de la sesión, estudie los resultados. ¿Qué temas o patrones comunes surgieron? ¿Dónde observó diferencias y por qué cree que fue así? ¿Tiene nuevas preguntas como resultado de sus hallazgos? ¿En qué conclusiones puede estar de acuerdo su equipo?

MODERAR GRUPOS GRANDES

Los debates en grupos grandes suelen incluir entre 25 y 40 personas y pueden ser una forma muy eficaz de lograr el consenso del grupo o de tomar decisiones con una amplia aceptación.

En el caso de grupos muy grandes, las actividades en subgrupos resultan especialmente importantes. Los moderadores deben ser expertos en gestionar participantes muy callados y muy directos para que todos los miembros del grupo se beneficien de la experiencia y surja una amplia variedad de opiniones. Con grupos de más de 40 personas, suele ser necesario que los moderadores utilicen micrófonos y pantallas de proyección para presentar y recopilar los datos durante la reunión.

Considere realizar una sesión con un grupo grande cuando:

- Necesite recopilar información para representar a un grupo amplio.
- Cuento con un recinto lo suficientemente grande y con la capacidad logística para organizar un debate en grupo grande.
- Quiera debatir temas que no sean muy complicados o inherentemente emocionales.
- Disponga de información bien organizada para presentar.
- Sepa con precisión lo que espera obtener.
- Cuento con un moderador experto y dos o tres miembros adicionales del personal para ayudar.

Consideraciones especiales:

Las sesiones con grupos grandes permiten que las personas que no suelen intercambiar sus puntos de vista se reúnan en un lugar donde puedan compartir y desarrollar las ideas de los demás. Es importante invitar a una amplia variedad de personas de todos los sectores. Asegúrese de ponerse en contacto con personas que no hayan sido incluidas en procesos anteriores de recopilación de información.

Las reuniones de grupos grandes suelen durar al menos medio día. Conozca el número de asistentes con antelación y configure el espacio para que los participantes puedan sentarse cómodamente en grupos pequeños, idealmente en mesas redondas. Asegúrese de que todos puedan ver el frente de la sala. Distribuya los materiales en las mesas antes de que comience la reunión. Es fácil perder la atención de los asistentes en un entorno de grupo grande, así que asegúrese de que la tecnología está lista para funcionar y de que cuenta con un micrófono portátil, café y refrigerios. Los juguetes antiestrés también pueden ayudar.

Dirigir el grupo

El moderador:

- Presenta el propósito de la reunión y el orden del día ante el grupo completo, independientemente de su tamaño.
- Se asegura de formar subgrupos de no más de seis personas cada uno con objeto de dar lugar a una diversidad máxima de opiniones y perspectivas.

- Es posible que sea necesario reubicar a los participantes para crear subgrupos óptimos.
- Presenta la información o los datos que el grupo ha sido llamado a debatir.
- Plantea una serie de preguntas que se han preparado con antelación.
 - Las preguntas se adaptan al tema y al grupo, por supuesto, pero un marco típico podría ser este:
 - ¿Qué observas en esta información?
 - ¿Qué te resulta emocionante o interesante?
 - ¿Qué te preocupa?
 - ¿Qué recomendaciones como siguiente paso?

Cada subgrupo debe recibir un folleto con las preguntas y las siguientes instrucciones:

- Su grupo tendrá 20 minutos para debatir las preguntas.
- Elijan a una persona para que actúe como mediador y los guíe a través de las preguntas, a otra persona para que tome notas y a otra para que controle el tiempo.
- Acuerden una recomendación de acción como grupo.

Después de 20 minutos, vuelva a reunir a todos los participantes y pida a los subgrupos que informen de su recomendación clave. El mediador debe escribir las recomendaciones en un rotafolio o retroproyector. Después de la presentación del informe, invite a responder dos o tres breves preguntas o comentarios, indicando a todos que desea que el debate se mantenga activo.

Dependiendo del orden del día, podría organizar una segunda ronda de debate en grupos pequeños sobre otros temas. Si hay suficiente tiempo, pida a los asistentes que formen nuevos subgrupos para que puedan trabajar con diferentes personas.

Hay más de una forma de procesar las respuestas de los subgrupos. El enfoque del World Café es uno de los más populares. Puede encontrar recursos sobre este enfoque en el sitio web de la organización.