



Fuentes de Información Parte 1: Grupos focales

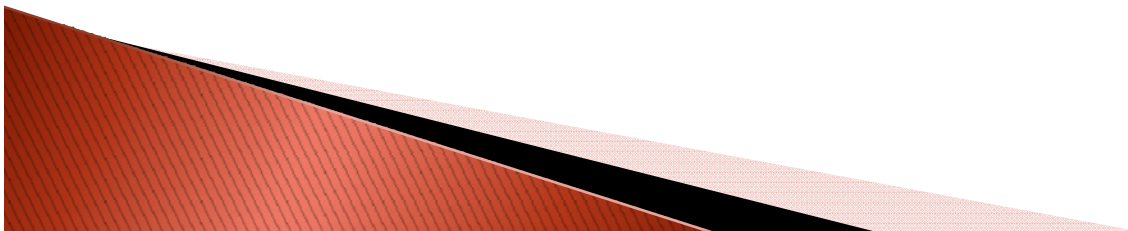
Taller Ciclo Investigación Cualitativa
Centro de Excelencia Académica,
UPR Recinto de Río Piedras
19 de marzo de 2010

Sandra Macksoud López, Ph.D.
Ana Maria Valdivia, M.A. y
Luz A. Rivera, Facultad de Educación

La pregunta como medio para obtener información

Mediante las entrevistas se puede recopilar información respecto a los sentimientos, perspectivas, significados y creencias de las personas.

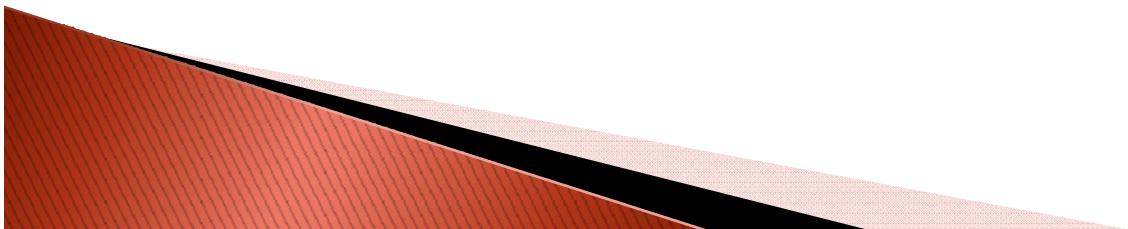
Permiten recopilar información que no se puede obtener por otros medios (e.g., observación, documentos).




¿Qué es el grupo focal?



- ▶ Una sesión grupal con el propósito de recoger información acerca de experiencias personales y creencias relacionadas al tema a investigar (Carey, 1994).
- ▶ Una discusión grupal organizada para captar los puntos de vista de los participantes sobre un tema específico. Es una forma de comprender mejor cómo sienten y piensan las personas sobre algún tema, producto o servicio (Krueger y Casey, 2009).
- ▶ Los grupos focales pueden verse como un método de recopilación de datos o como una estrategia de investigación autocontenida, auxiliar, o parte de un estudio de métodos mixtos (Mertens, 1998).

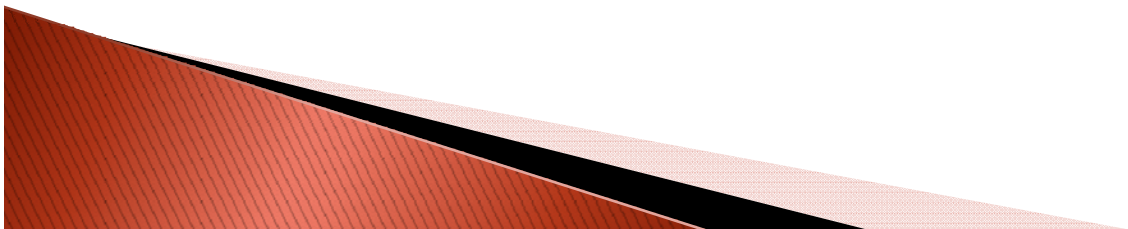


Aportación de grupo focal al desarrollo de la metodología

- ▶ Ofrece un acercamiento a la construcción social de la realidad
 - ▶ Constituyen simulaciones del discurso cotidiano o conversaciones, un método cuasi naturalista para estudiar cómo se generan las representaciones sociales o el conocimiento social en general.
 - ▶ Es un intento de recopilar información en contexto y de crear una situación de interacción que se acerca más a la vida diaria que el encuentro de un entrevistador y entrevistado individual
- 

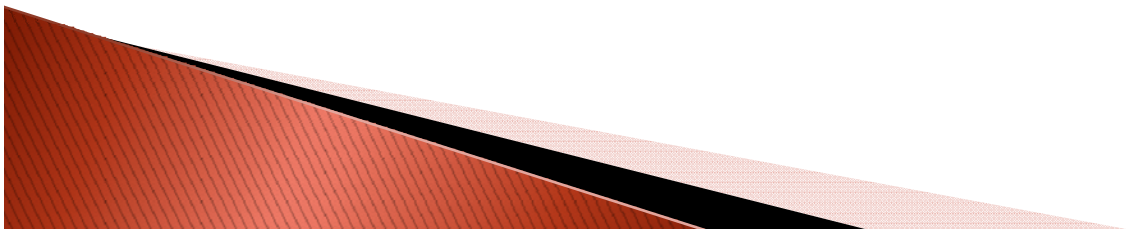
Blumer 1969

- ▶ “A small number of individuals, brought together as a discussion or resource group, is more valuable many times over than any representative sample. Such a group, discussing collectively their sphere of life and probing into it as they meet one another’s disagreements will do more to lift the veils covering the sphere of life than any other device that I know of”.



Hay que preguntarse

- ▶ ¿En qué medida la dinámica particular del grupo, el proceso de negociación que ocurre en la interacción lleva a una versión más válida de la visión de los participantes. ¿Qué se busca? ¿Opiniones individuales o el sentir del grupo? ¿Cómo diferenciar entre ambos?



Un poco de historia



- ▶ Los '20: se comienza a usar como prelude al desarrollo de cuestionarios (Lucca y Berríos, 2009; Madriz, 2000).
- ▶ Los '40: Merton y Lazarsfeld introdujeron el método de la entrevista grupal a las Ciencias Sociales (Madriz, 2000).
- ▶ 2da Guerra Mundial: Inicio de las entrevistas grupales no directivas, lo que se considera como el inicio de los grupos focales (Krueger y Casey, 2009).
- ▶ Los '50, los grupos focales comienzan a ser muy utilizados por el mercado para conocer la opinión de los consumidores y aumentar las ventas de los productos (Krueger y Casey, 2009).
- ▶ Los '80, los académicos comenzaron a usar los grupos en temas relacionados a la salud, el VIH, la fuerza laboral, el comportamiento sexual, y otras situaciones sociales (Fontana y Frey, 2000; Lucca y Berríos, 2009; Madriz, 2000; Morgan, 1997).

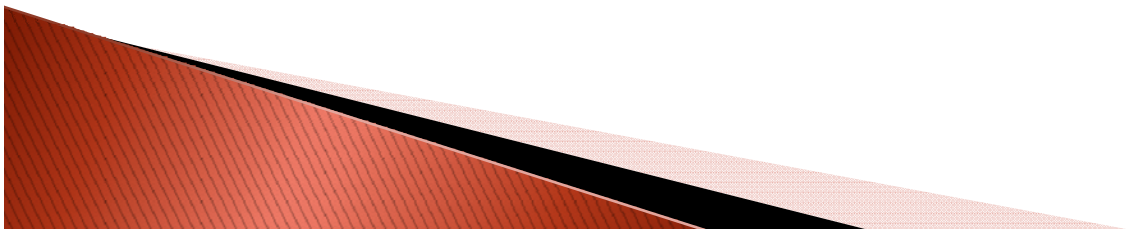
Tipología de grupos–variaciones

Entrevistas de grupo

- Grupos nominales
- Técnica Delphi
- Historias orales

Discusiones de grupo

Grupos focales– interacción entre
participantes

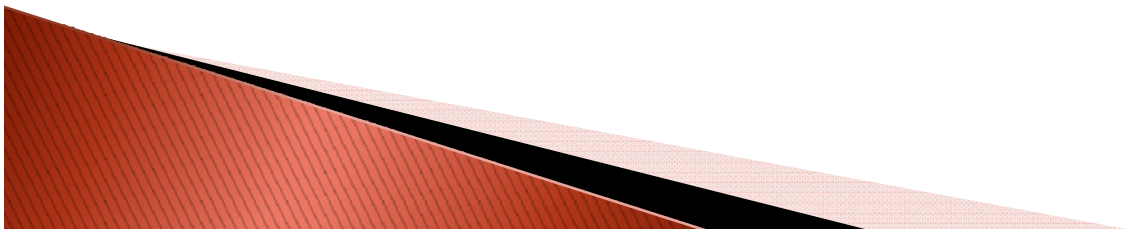


Modalidades

- ▶ En persona o presencial
- ▶ En línea (sincrónicos "chat" o asincrónicos)

[http://www.datosclaros.com/es/herramientas/virtua
l-focus.php](http://www.datosclaros.com/es/herramientas/virtua
l-focus.php)

- ▶ Un solo momento, o longitudinales



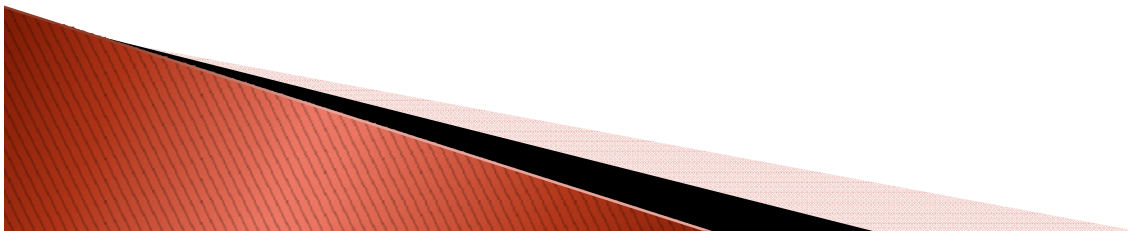
Usos del grupo focal



- ✓ Explorar un tema desconocido.
- ✓ Desarrollar cuestionarios u otros instrumentos.
- ✓ Probar pruebas pilotos, materiales, planes o políticas.
- ✓ Obtener información que arroje luz sobre los datos recogidos en investigaciones previas.
- ✓ Obtener información para diseñar un estudio cuantitativo a larga-escala
- ✓ Descubrir los factores que pueden incidir en las opiniones, los comportamientos o la motivación de las personas.
- ✓ Conocer similitud y diversidad en puntos de vista, ideas o sentimientos sobre un tema.
- ✓ Comprender las diferencias de perspectiva entre varios grupos o categorías de personas.
- ✓ Capturar los comentarios o el lenguaje utilizado por alguna audiencia.
- ✓ Obtener ideas grupales

(Barbour y Kitzinger, 1999; Carey, 1994; Fontana y Frey, 2000; Greenbaum, 2000; Krueger y Casey, 2009; Lucca y Berríos, 2009; Madriz, 2000; Mertens, 1998)

Veamos ejemplos



Fortalezas



- ▶ Permiten obtener una gran cantidad de información sobre un tema específico en corto tiempo.
- ▶ Es costo efectiva.
- ▶ La producción de ideas es mayor que cuando se entrevista individualmente.
- ▶ La información que se obtiene es de alta calidad por la interacción de los participantes.
- ▶ Los participantes realizan los diálogos, comparten ideas, opiniones, experiencias y debaten unos con otros.
- ▶ Pueden ser estimulantes para los participantes y les ayuda a recordar.
- ▶ Tienen un formato flexible.
- ▶ Recogen el sentir, la percepción o los puntos de vista de los participantes.

(Bonilla, 2008; Fontana y Frey, 2000; Lucca y Berríos, 2009; Madriz, 2000; Morgan, 1997)

Debilidades



- ▶ El ambiente donde se desarrolla no es natural.
- ▶ Se limita el comportamiento de los participantes en el aspecto verbal.
- ▶ La interacción del grupo puede provocar la polarización de las expresiones.
- ▶ Algunas personas se pueden sentir más intimidadas que en una entrevista individual
- ▶ No se puede asegurar la confidencialidad 100%.
- ▶ El grupo puede ser dominado por una persona.
- ▶ Se puede producir un pensamiento generalizado de grupo.
- ▶ Es más difícil utilizarlos para realizar investigaciones sobre temas sensitivos.
- ▶ El número de preguntas es restringido.
- ▶ El tiempo para responder es limitado.
- ▶ Todos tienen que estar disponibles a la misma vez

(Fontana y Frey, 2000; Lucca y Berríos, 2009; Madriz, 2000; Morgan, 1997)

¿ Cuándo no se debe utilizar grupos focales?

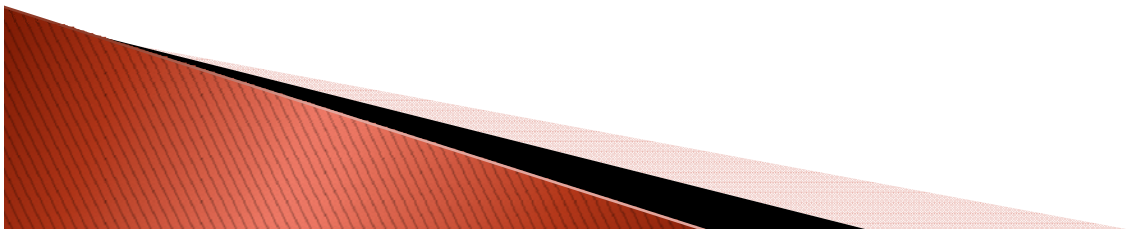


- ✓ Cuando se desea llegar a un consenso.
- ✓ Cuando se quiere educar a las personas.
- ✓ Cuando se solicita información sensitiva que no debería ser compartida en un grupo o que puede provocar algún daño si es compartida en el grupo.
- ✓ Cuando se necesita una proyección estadística.
- ✓ Cuando hay un ambiente emocional cargado y una discusión grupal podría intensificar el conflicto.
- ✓ Cuando el investigador no tiene control sobre aspectos críticos del estudio.
- ✓ Cuando otras metodologías pueden producir información de mayor calidad o de forma más económica.
- ✓ Cuando no puede asegurarse la confidencialidad de la información sensitiva.

(Greenbaum, 2000; Krueger y Casey; 2009; Lucca y Berríos; 2009; Madriz, 2000)

Antes de realizar un grupo focal es importante hacerse varias preguntas:

- ▶ ¿Cuál es el problema que se desea estudiar?
- ▶ ¿Cuál es el propósito del estudio?
- ▶ ¿Qué tipo de información se desea obtener?
- ▶ ¿A quiénes va dirigida la investigación?
- ▶ ¿Qué consideraciones éticas, legales, económicas y/o sociales debe tener en cuenta el investigador al momento de elegir la metodología de investigación?




Planificación



- ▶ Propósito del estudio y las especificaciones de la información que se propone obtener
- ▶ Los participantes–quiénes serán, cuántos se necesitan, cuántos grupos se harán, y cómo se reclutarán
- ▶ El desarrollo de las preguntas guías y el libreto
- ▶ Facilidades, equipo y materiales
- ▶ Recopilación, transcripción y análisis de datos,
- ▶ Considerar el tiempo, presupuesto y recursos humanos disponibles.
- ▶ Considerar datos de trasfondo que pueden recopilarse previo a la sesión, mediante cuestionario

(Carey, 1994; Greenbaum, 2000; Krueger y Casey, 2009; Morgan, 1997)

Las preguntas deben:

- ▶ Responder a las preguntas de investigación
 - ▶ Ser abiertas, concretas, claras, fáciles de preguntar, y cortas para evitar que los participantes se confundan;
 - ▶ Estimular la discusión y permiten ser ampliadas para clarificar las respuestas de los participantes;
 - ▶ Desarrollarse con cuidado (pueden realizarse sesiones de intercambio de ideas con colegas u otras personas que puedan contribuir al desarrollo de las preguntas);
 - ▶ Evitar el uso del por qué, ya que este tipo de preguntas pueden provocar una reacción defensiva por parte del entrevistado.
- 

¿Cómo deben ser las preguntas?



Establecer el contexto de las preguntas para que sean apropiadas y puedan ser comprendidas por los participantes.

Organizar las preguntas de forma cronológica, de general a específico, para que el tiempo pueda utilizarse adecuadamente.

Se recomienda desarrollar entre un mínimo de 5 a un máximo de 12 preguntas, depende del total de participantes en cada grupo.

Flexibilidad y apertura a preguntas que emergen del proceso

▶ <http://cte.jhu.edu/mtcadmin/documents/focusgroup.pdf>

Categorías de Preguntas

Preguntas de apertura o introductorias

Su propósito es ayudar a los participantes a sentirse cómodos en el grupo, motivarles a conversar, y relacionarlos con el tema de estudio. Deben ser fáciles y rápidas de contestar (aprox. 30 segundos).

Preguntas de transición

A través de ellas se encamina la conversación hacia las preguntas claves y se profundiza un poco más sobre las experiencias de los participantes.

Preguntas claves

Son las preguntas que guían el estudio. Es clave para generar datos suficientes, tener subpreguntas de sondeo.

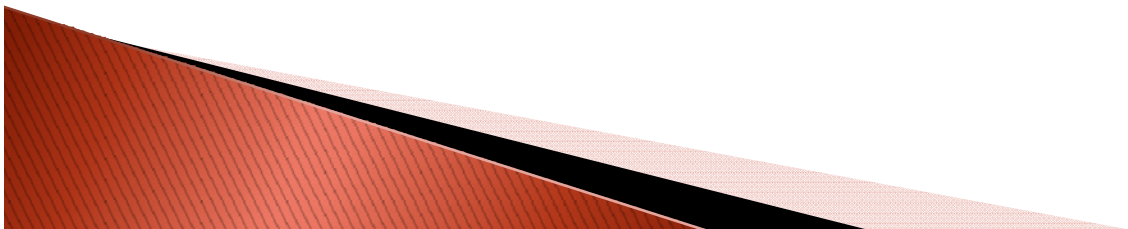
Preguntas de cierre

Cierran la discusión y proveen a los participantes la oportunidad de reflexionar sobre lo discutido.

(Krueger y Casey, 2009; Lucca y Berríos, 2009)

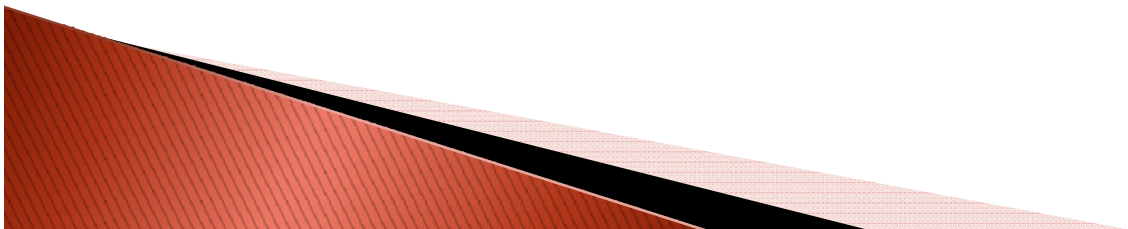
Alternativas a las preguntas directas

- ▶ Discusión de casos hipotéticos, viñetas
- ▶ Generar impresiones usando fotografías
- ▶ Ordenar prioridades



Someter el protocolo de preguntas a evaluación por expertos

- ▶ Antes de llevar a cabo el grupo focal, se debe evaluar y probar las preguntas para determinar su adecuación al tema, su redacción, y si son entendibles.
- ▶ Identificar a un grupo de expertos en el tema para que evalúe el protocolo y cada pregunta.
- ▶ Analizar la evaluación y revisar el protocolo para preparar versión a usar



Participantes

- ▶ Selección o muestreo intencionado basado en criterios fundados en los propósitos del estudio. Hay que reclutar en exceso de la cantidad de participantes esperados.
- ▶ Los participantes deben conocer el tema de estudio. Los participantes deben tener en común los aspectos que se quieren investigar, debe haber homogeneidad, pero también variación para que se de un contraste de opiniones.
- ▶ Tomar en cuenta el SEXO y edad.
- ▶ Los grupos pueden ser naturales o reales, o pueden ser artificiales. La relación entre los participantes, si se conocen previamente puede afectar su participación, considerar la química.
- ▶ Identificar personas por medio de referencia, o porque pertenecen a una institución o grupo, luego bola de nieve, son representantes de algo. no probabilística
- ▶ Reclutamiento por medios de divulgación, como radio, la televisión, avisos en murales, entre otros.

Incentivos?




Cuántas personas

- ▶ Por lo regular cada grupo se compone de 5 a 10 personas, pero el tamaño puede variar desde un mínimo de 4 a un máximo de 12. El grupo debe ser lo suficientemente pequeño para que todos los miembros puedan hablar y lo suficientemente grande para obtener una diversidad de perspectivas.
- ▶ Al seleccionar a quiénes y cuántas personas se invitará a participar, hay que tomar en cuenta
 - ▶ El propósito del estudio: Si el propósito es entender una situación o comportamiento, el grupo debe ser más pequeño. Si es realizar una prueba piloto de una idea o materiales, el grupo debe ser más grande.
 - ▶ La complejidad del tópico: A mayor complejidad, menos personas.
 - ▶ El nivel de experiencia del participante: A más experiencia, menos participantes.
 - ▶ El nivel de pasión del participante en el tópico: Mientras más apasionados, más pequeño debe ser el grupo.
 - ▶ El número de preguntas que se quieren cubrir: A más preguntas, menos personas.
 - ▶ El presupuesto disponible

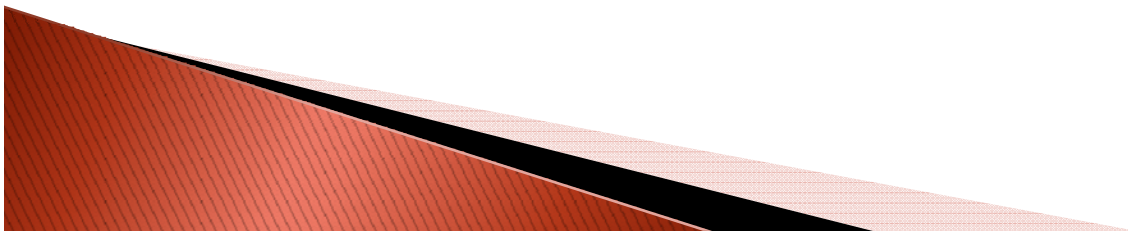
(Barbour y Kitzinger, 1999; Bonilla, 2008; Carey, 1994; Greenbaum, 2000; Krueger y Casey, 2009; Lucca y Berríos, 2009; Mertens, 1998; Morgan, 1997)

¿Cuántos grupos focales?

- ▶ Un solo grupo no permite saber si los datos recopilados reflejan al grupo particular, es importante tener por lo menos dos grupos para comparar.
 - ▶ Krueger y Casey (2009) sugieren realizar de 3 a 4 grupos focales. Luego se determina si se alcanzó la saturación.
 - ▶ Morgan (1988) explica que se pueden realizar pocos grupos cuando la investigación está bien estructurada y es exploratoria, pero recomienda que se utilicen de 6 a 8 grupos si la meta es realizar un análisis de contenido detallado con grupos no estructurados. Añade además, que un grupo nunca es suficiente y que podrían hacerse dos grupos como mínimo.
 - ▶ Estas cantidades son para grupos que representan al grupo mayoritario. Si hay otros subgrupos, hay que tener igual cantidad para cada subgrupo.
- 

Recursos humanos necesarios

- ▶ Moderador
- ▶ Un co-moderador
- ▶ Asistentes



Roles del moderador

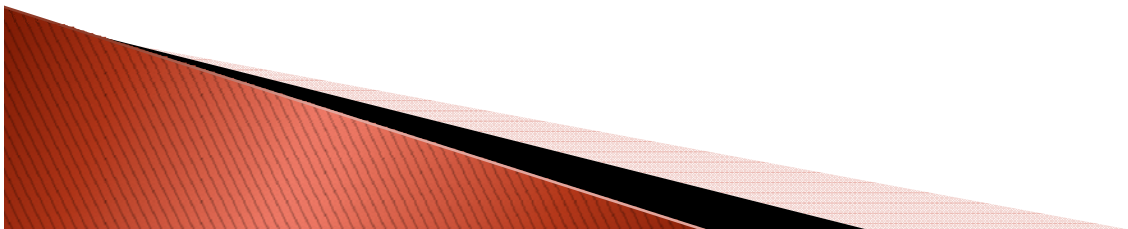


- ▶ Conoce y entiende bien el tema y el propósito del estudio.
- ▶ Hace las preguntas según el protocolo
- ▶ Establece normas de participación, a atmósfera de confianza y aceptación, escucha, mantiene la discusión.
- ▶ Da lugar a que surjan nuevos aspectos relacionados al tema de estudio, pero mantiene el foco para poder cubrir las preguntas de su investigación.
- ▶ Observa cómo los participantes realizan los diálogos, comparten ideas, opiniones, experiencias y cómo debaten unos con otros. Esto hace el proceso de la entrevista más activo y dinámico.
- ▶ Resume lo discutido para corroborar sus percepciones y clarificar y corregir la información.

(Carey, 1994; Krueger y Casey, 2009; Greenbaum, 2000; Lucca y Berríos, 2009; Mertens, 1998, Morgan, 1997)

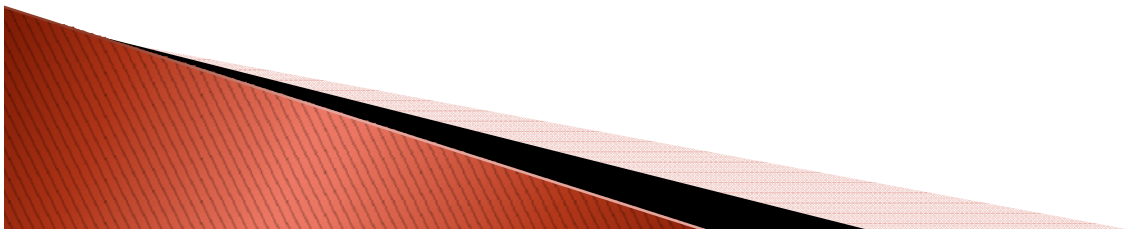
El rol del moderador

- ▶ El moderador debe persuadir a todos a participar y obtener respuestas del grupo completo para obtener suficiente información acerca de los temas
- ▶ Tiene que estar pendiente de temas emergentes del propio grupo
- ▶ Preparado para el manejo de situaciones difíciles– silencios, polarización, conflictos, crisis, acuerdos falsos, deseabilidad social, temas sensitivos

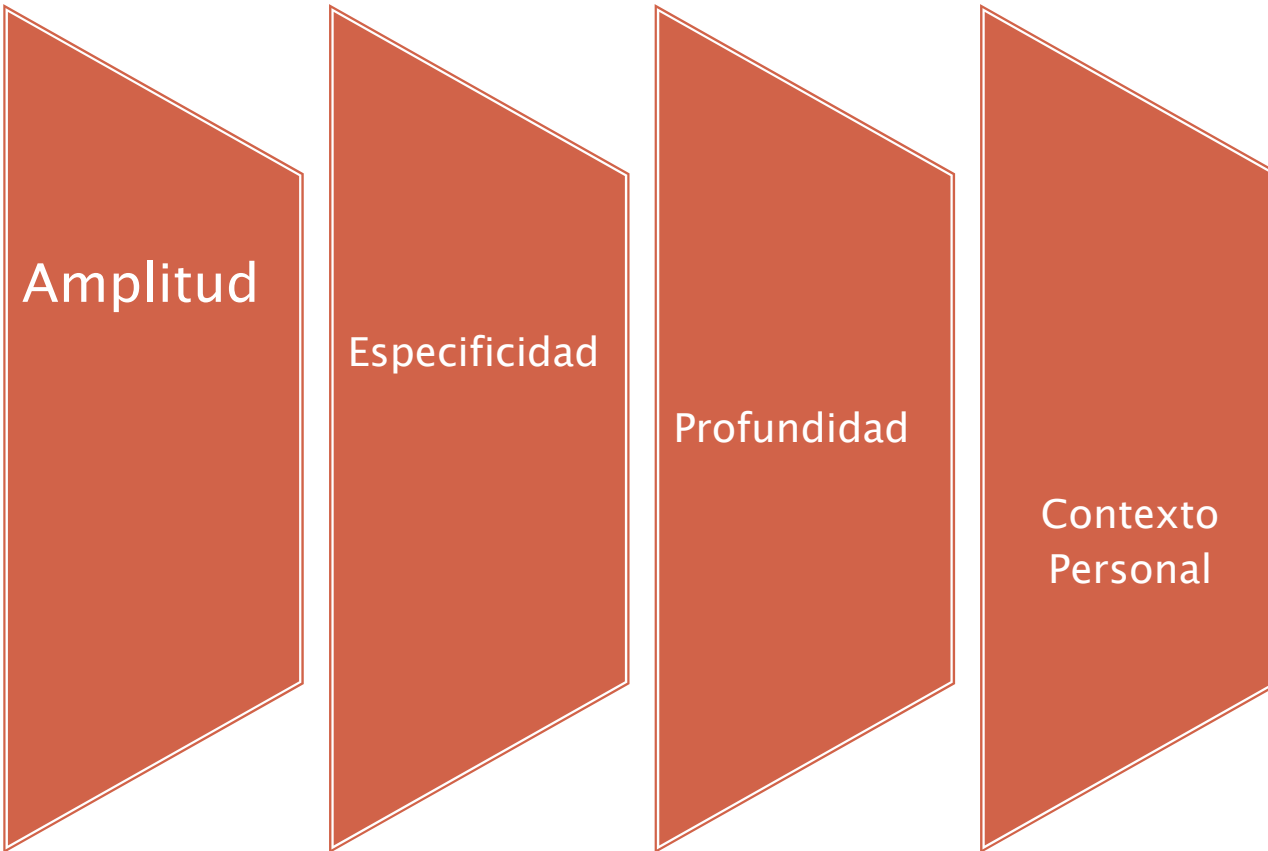


Diversos niveles de estructura

- ▶ Dirección formal–control de la agenda– comienzo, desarrollo y cierre, mantener el tiempo, turnos para hablar
- ▶ Guía la discusión de los temas, introduce nuevas preguntas para profundizar y ampliar
- ▶ Dirección mínima– el moderador limita sus intervenciones y deja el grupo progresa de forma autónoma
- ▶ Estrategia de embudo– comienza mas estructurado o menos, y va cambiando hacia el final.
- ▶ Balance entre el control directo y la no–directividad



Dimensiones focales de las respuestas



Cualidades del moderador



- ▶ Buen timbre de voz y comunicación clara
- ▶ Es flexible, objetivo, empático y persuasivo
- ▶ Escucha con mucho cuidado
- ▶ Mantiene control del grupo y fomenta la participación de todos por igual
- ▶ Mantiene a los participantes motivados y enfocados en el tema
- ▶ Respeta a los participantes, aunque los comentarios sean contrarios a sus valores
- ▶ No emite juicio sobre las respuestas de los participantes
- ▶ Evita que el lenguaje no verbal comunique aprobación o desaprobación
- ▶ Es sensible a cómo los participantes expresan las emociones
- ▶ Es tolerante ante la ambigüedad
- ▶ Tiene una actitud amigable y de apertura; y buen sentido del humor
- ▶ Buena memoria

(Barbour y Kitzinger, 1999; Greenbaum, 2000; Krueger y Casey, 2009; Lucca y Berríos, 2009)

Roles del co-moderador



- ▶ Atender las luces, los asientos, los refrigerios y las interrupciones.
- ▶ Operar la grabadora de audio o video.
- ▶ Observar y tomar nota del comportamiento no verbal de los participantes. Tanto el moderador como el asistente deben observar la interacción de los participantes y prestar atención a los individuos que tienden a dominar en el grupo, que se consideran como expertos, o que son tímidos o callados.
- ▶ Tomar nota de los aspectos discutidos durante la entrevista grupal.
- ▶ Aportar con comentarios apropiados al final de la discusión.
- ▶ Realizar un resumen de los puntos claves discutidos.
- ▶ Puede que el moderador le pida que realice preguntas adicionales al final, o que brinde seguimiento a algún tema o aspecto importante generado durante la discusión.

Cualidades del co- moderador

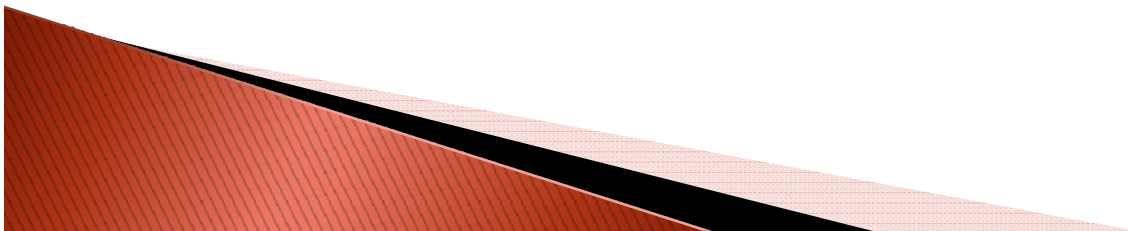
- ▶ Buen observador
- ▶ Buena memoria
- ▶ Capacidad de análisis y síntesis
- ▶ Rapidez al tomar notas
- ▶ Buen oyente



(Krueger y Casey, 2009;

El lugar

- ▶ Seleccionar un lugar físicamente apropiado y neutral. Debe tomarse en cuenta el acceso y el estacionamiento. El lugar debe ser cómodo, con temperatura adecuada, sillas cómodas, con equipo tecnológico, y sin ruidos ni interrupciones. Debe garantizar la privacidad del proceso.



Modelo del proceso

- ▶ Bienvenida
 - Propósito

- ▶ Dinámica del grupo
 - Reglas de juego

- ▶ Presentación del grupo
 - Nombre visible

- ▶ Preguntas
 - Apertura
 - Introdutoria
 - Transición
 - Clave
 - Finales
 - Cierre



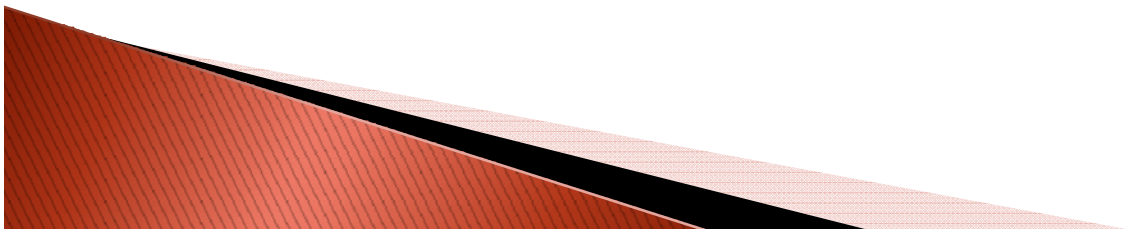
¿Cómo preparo el grupo focal?



- ▶ El libreto del grupo focal
 - ▶ La lista de participantes
 - ▶ Registro o planilla para tomar notas
 - ▶ Cartas de consentimiento y acuerdos
 - ▶ Registro de participantes
 - ▶ Etiquetas con nombres
 - ▶ Normas de participación en el grupo
 - ▶ Merienda, agua en un área aparte
 - ▶ Rótulos localización de baños
 - ▶ Reloj
-
- ▶ Checklist
http://siteresources.worldbank.org/INTEAPAVIFLU/Resources/2706872-1158252439332/CDC_Handout_Mitchell.pdf

Materiales para la sesión

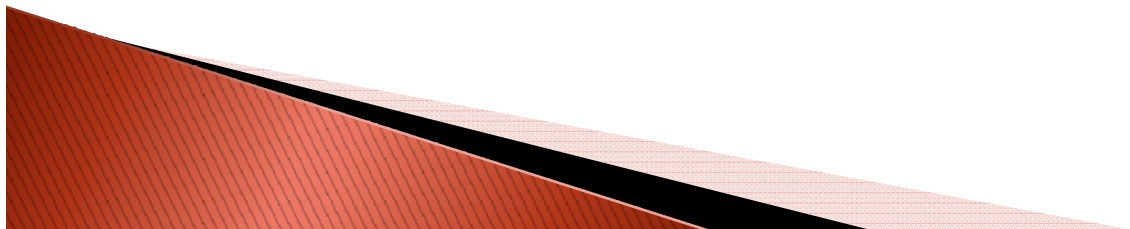
- ▶ Libretas y lápices y/bolígrafos
- ▶ Computadora con presentación, pantalla
- ▶ Equipo de grabar Tener listo el equipo y los materiales que se utilizarán. Equipo de grabación-grabadora, micrófonos, cintas magnetofónicas de calidad de 90 minutos. Etiquetar las grabaciones. Probar y tener repuesta lista.
- ▶ Libreta grande, atril, marcadores, cinta adhesiva



¿Cómo preparo el grupo focal?

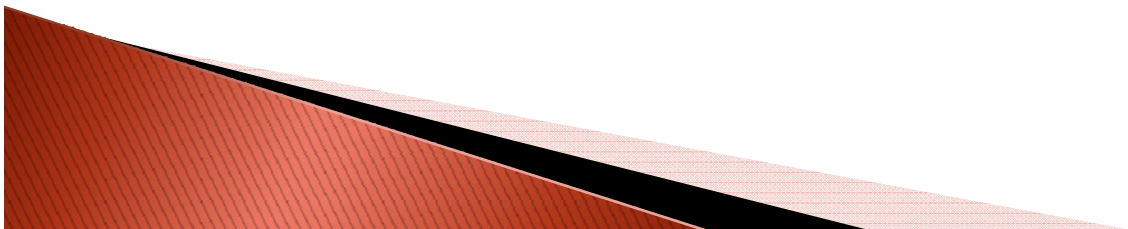


- ▶ Si hay varios moderadores y co-moderadores hay que asegurar que todos están adiestrados
- ▶ Ensayar para familiarizarse con el proceso, y anticipar dificultades
- ▶ El moderador debe llegar antes que los participantes, servir la merienda
- ▶ Preparar el arreglo del salón de modo que las sillas y mesa queden en forma de círculo o U para que todos los participantes se vean, y establecer una distancia apropiada entre sillas



Al comenzar el grupo

- ▶ Al comenzar la sesión, hay que explicar nuevamente el propósito del grupo
- ▶ Establecer claramente las reglas (confidencialidad, no celulares, respeta hacia los demás)
- ▶ Si no se conocen los participantes, se deben presentar y decir algo de sí mismos, o hacer un ejercicio rompe hielo.



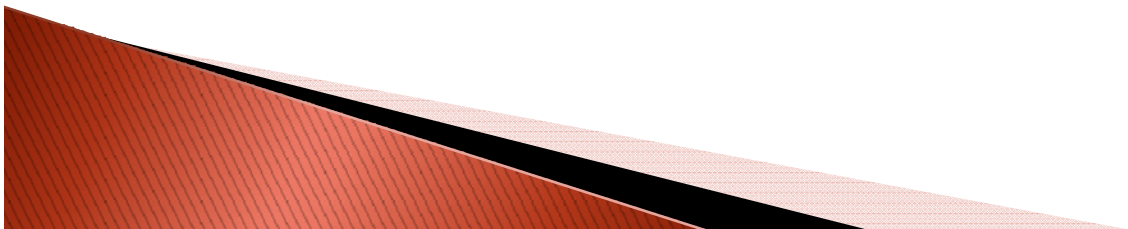
La recopilación de los datos

- ▶ Planilla para tomar notas durante la reunión, identificar claramente
- ▶ Es necesario transcribir las notas tomadas inmediatamente concluya la reunión para anotar la mayor cantidad posible de información, y transcribir la grabación lo antes posible
- ▶ Cotejar las notas transcritas contra la grabación para corroborar la corrección, y ampliar los datos.



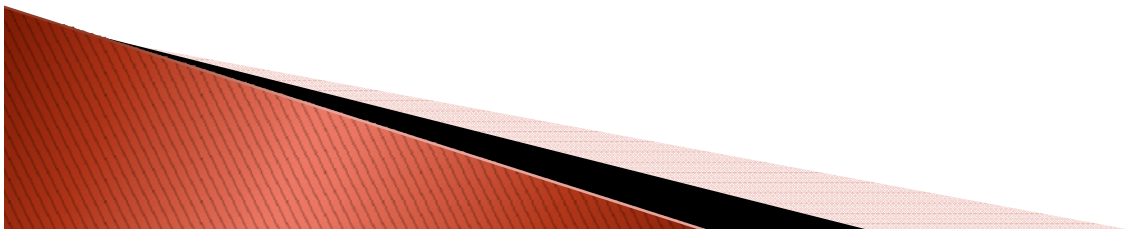
La transcripción

- ▶ Se requiere una transcripción completa de todo lo que se hable, tratando de reproducir lo más precisamente posible la experiencia como ocurrió, aunque sean intentos acallados, breves afirmaciones como aha, si o risas, interjecciones, pausas, silencios.
- ▶ Hay que hacer el mayor esfuerzo de entender todo, tratar de interpretar con el recuerdo del moderador, e indicar cuando se perdieron datos. Usar simbología de transcripción
- ▶ Insertar observaciones de conducta no verbal. Identificar a los que hablan, atribuir el habla a las personas específicas, numerar cada persona e identificarlo por el número, aunque no será siempre posible.
- ▶ No se debe arreglar o editar. Numerar cada línea. Dejar un margen para el análisis.



La transcripción

- ▶ Complejidad particular de los datos generados por el grupo focal, debido a la cantidad de personas en la conversación que pueden hablar a la vez, interrumpirse, hacer ruidos.
- ▶ Una reunión de 1.5 horas podría resultar en una transcripción de unas 100 paginas. Se estima que el tiempo de transcribir es 5 veces el tiempo de grabación.




¿Cómo interpreto la información que obtuve?



- ▶ La unidad de análisis no es el individuo, sino el grupo. Hay que mirar el entrecruce entre individuos y grupo. Se debe cotejar la medida en que los individuos participan en cada tema, el nivel de acuerdo entre ellos, tendencias. Al analizar los datos es preciso tomar en consideración las expresiones de cada participante; así como las expresiones del grupo.
- ▶ El tipo de análisis que se llevará a cabo, dependerá del propósito de la investigación.
- ▶ Al realizar el análisis es preciso considerar el ambiente total de la entrevista: el lenguaje verbal y no verbal, la interacción del grupo, las notas que se tomaron durante la entrevista, los comentarios, las reacciones, las ideas expresadas, las actitudes, los cambios, las discrepancias expresadas por los participantes, y las oposiciones o consensos construidos durante el grupo.

(Barbour y Kitzinger, 1999; Carey, 1994; Morgan, 1997)

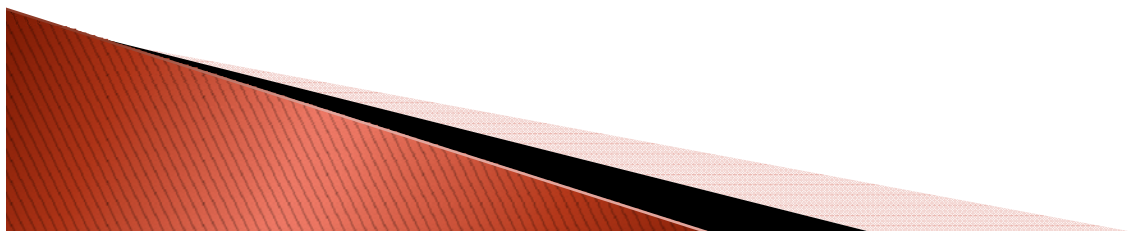
Analisis de contenido

- ▶ Para el análisis de la información se puede usar la técnica de análisis de contenido clasificando las ideas principales por categorías de tal forma que éstas respondan a las preguntas del estudio.
 - ▶ Las preguntas guías pueden servir como las categorías iniciales del análisis y pueden proveer una estructura común para el análisis entre sesiones. Al escuchar u observar las grabaciones y leer las transcripciones de las entrevistas los investigadores buscan la dirección y magnitud de estas categorías, así como otras categorías que pueden surgir, otros temas que trascienden las categorías y patrones de relaciones entre categorías, temas y características individuales.
 - ▶ Organizar las ideas, las frases o palabras de la información obtenida mediante códigos establecidos por el investigador.
- 

Aspectos a considerar

- ▶ ¿Cómo resumir la información de diversos grupos?
- ▶ Comparar los grupos en cuanto a temas mencionados, variedad de actitudes hacia los temas expresados por los miembros del grupo, las etapas por las que progresó la discusión y los resultados alcanzados mediante la discusión de cada grupo.

Grupo	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3
1			
2			



Recursos tecnológicos

- ▶ Programados
 - Transcriber
 - Nvivo para análisis de datos



Enlaces a ejemplos

http://www.cdc.gov/dhdsp/CDCynergy_training/Content/active_information/resources/Diabetes_Handbook.pdf

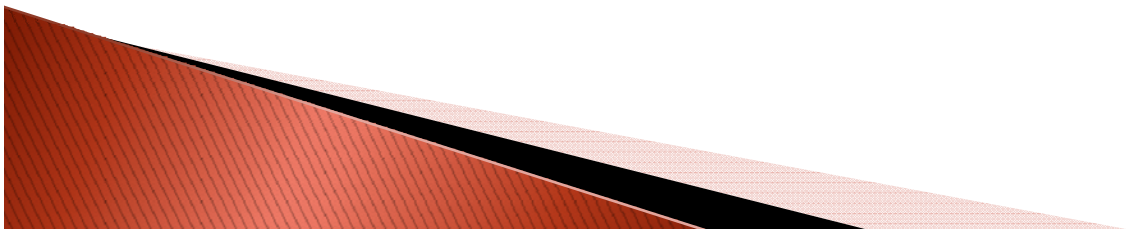
<http://www.extension.iastate.edu/publications/pm1969b.pdf>

<http://www-tcall.tamu.edu/orp/orp1.htm>

<http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/arp/focus.html>

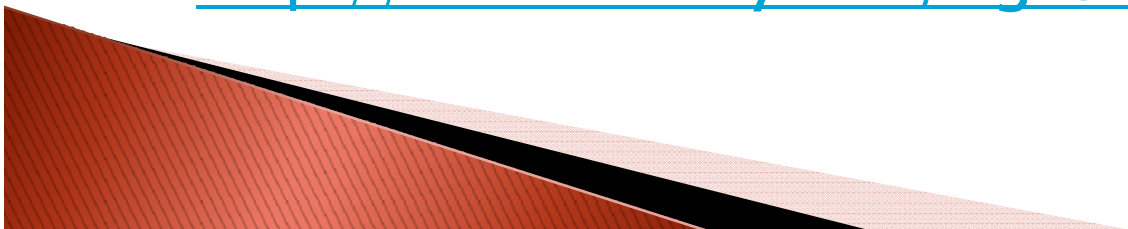
<http://www.sun-associates.com/eval/teacherfg.html>

http://www.maqweb.org/iudtoolkit/country_cases/fgdguide.pdf



Enlaces a ejemplos

- ▶ <http://www2.fhs.usyd.edu.au/arow/o/m01/rlewis.htm>
- ▶ <http://wwwstatic.kern.org/gems/region4/FocusGroupReport.pdf>
- ▶ <http://www.joe.org/joe/2008december/rb3.php>
- ▶ <http://www-tcall.tamu.edu/orp/orp1.htm>
- ▶ http://www2.worksafefbc.com/PDFs/youngworker/Parent_Focus_Group_Report.pdf
- ▶ <http://www.cse.lehigh.edu/~glennb/mm/FocusGroups.htm>
- ▶ <http://www.ca.uky.edu/AgPSD/Focus.pdf>



Referencias

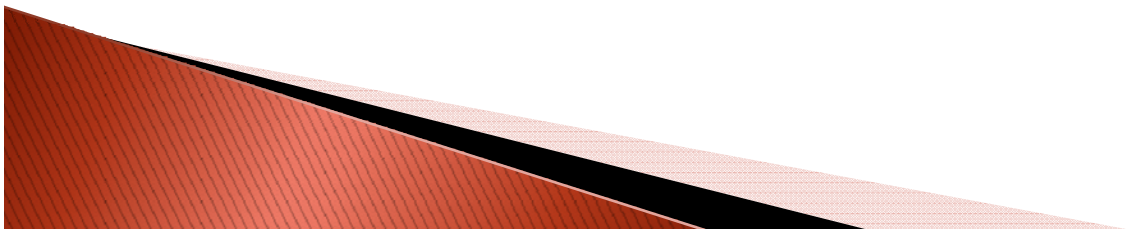


- ▶ Barbour, R. S., & Kitzinger, J. (Eds.). (1999). *Developing focus group research. Politics, theory and practice*. London, United Kingdom: Sage Publications, Ltd.
- ▶ Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research*. London, United Kingdom: Sage Publications, Ltd.
- ▶ Bonilla, V. (2008). La entrevista mediante grupo focal. *INEVA en acción*, 4(1), 4–8. Recuperado de <http://ineva.uprrp.edu>
- ▶ Carey, M. A. (1994). The group effect in focus groups: Planning, implementing, and interpreting focus group research. En J. M. Morse (Ed.), *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (pp. 224–241). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Flick, U. (2006). Focus groups. *An introduction to qualitative research*. 3rd edition. Sage Publications: USA. 189–203.

Referencias



- ▶ Fontana, A., & Frey, J.H. (2000). The interview: From structured questions to negotiated text. En N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2da. ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Greenbaum, T. L. (2000). *Moderating focus groups. A practical guide for group facilitation*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Guía para grupos focales. Recuperado de http://www.educarenpobreza.cl/UserFiles/P0001%5CFile%5Carticles-95981_recurso_1.pdf
- ▶ Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2009). *Focus groups. A practical guide for applied research* (4ta ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.



Referencias



- ▶ Lucca, N., & Berrios, R. (2009). *Investigación Cualitativa: Fundamentos, diseños y estrategias* (1ra ed.). Puerto Rico: Ediciones SM.
- ▶ Madriz, E. (2000). Focus groups in feminist research. En N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2da ed.) (pp. 835–850). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Mertens, D. M. (1998). *Research methods in education and psychology. Integrating diversity with quantitative & qualitative approaches*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research* (2da ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- ▶ Vaughn, S., Schumm, J. S., & Sinagub, J. (1996). *Focus group interviews in education and psychology*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

