

METODOLOGÍA

A lo largo de este capítulo se presenta una descripción sobre el enfoque cualitativo como método de investigación. Así como la técnica de grupos focales, en donde se desarrolla el uso de esta técnica, para qué se utiliza, como deben llevarse a cabo los grupos, y la manera en que deben ser analizados. La segunda parte de este capítulo consta de la aplicación de la técnica de grupos focales en los niños de seis a nueve años pertenecientes a dos escuelas de diferentes niveles socioeconómicos de la Ciudad de Pachuca, Hidalgo. Describiendo las características de los grupos realizados, y su composición.

El Enfoque Cualitativo

De acuerdo con Krathwohl (1998, p.243) Los métodos cualitativos son especialmente útiles para explorar un fenómeno, para entenderlo, y desarrollar su entendimiento dentro de la teoría. Estos métodos humanizan situaciones, y son útiles para describir interacciones interpersonales complejas y multidimensionales.

El método cualitativo, es generalmente el que se utiliza cuando se requiere trabajar con niños. Ya que permite al investigador conocer qué piensan, por qué lo piensan, y en que contexto social se forman sus ideas. Este tipo de investigación permite entender qué percepciones y actitudes existen en un determinado ambiente, así como la manera en que se desarrollan. Una de las técnicas más comunes del método cualitativo son los grupos focales. (Cohen; Singer y Singer, 2001, p.576)

La Técnica de Grupos Focales

Krueger (2000, p.4) define a un grupo focal como un tipo especial de grupo en términos de propósito, tamaño, composición y procedimientos. Su propósito es escuchar y recolectar información. Es una manera de entender lo que piensa y/o siente la gente sobre un tema, producto o servicio. Los participantes están relacionados ya que tienen ciertas características en común que los conecta con el tema del grupo focal.

Por su parte, Krathwohl (1998, p.295) define a los grupos focales como una entrevista especializada que se utiliza para conocer como un grupo representativo de una población reacciona a algo que se les presenta, ya sea una idea, un producto, un discurso o un anuncio.

De acuerdo con L. Morgan (1997, p.2) los grupos focales son básicamente una entrevista de grupo, no entre el moderador y el participante, sino que se basa en la interacción del grupo entre si, basados en un tema asignado por el investigador, quien normalmente funciona como moderador. Su objetivo es utilizar la interacción del grupo para producir datos y conocimiento que no sería accesible sin la interacción que se encuentra en un grupo.

Uno de los objetivos de un grupo focal es lograr apertura entre los participantes., con el fin de saber lo que la gente piensa o siente. A algunos individuos se les facilita expresar su opinión frente a los demás de una manera natural y cómoda. Pero para otros, es difícil o incómodo y requiere confianza, esfuerzo y valentía. Los niños tienen una tendencia natural de apertura sobre ellos mismos, pero a través del tiempo su apertura natural y espontánea es modificada por la presión social (Krueger, 2000, pp.7).

Los Grupos Focales como Método Cualitativo

Actualmente existen diversas formas de recolectar datos cualitativos en las Ciencias Sociales: La observación participante, que normalmente ocurre en grupos, y la entrevista, que ocurre individualmente. Los grupos focales ocupan un lugar intermedio entre estos dos métodos, pero también poseen identidad propia. Los grupos focales permiten obtener datos que no son fáciles de obtener con los otros dos métodos (L. Morgan, 1997, p.7). Comparados con la observación participante, los grupos focales tienen la oportunidad de observar una gran cantidad de interacción sobre un tema determinado por periodos largos de tiempo. Y en comparación con la entrevista individual el grupo focal tiene acceso a discusiones que proveen evidencia directa sobre las similitudes y las diferencias de las opiniones y experiencias de los participantes (L.Morgan, 1997, pp.8).

El uso de los grupos focales se ha incrementado ya que pueden recolectar la misma información que una entrevista individual, son más económicos, y ya que se trabaja con una muestra de gente, es más rápido recolectar información (Krahtwohl, 1998, p.295). De acuerdo con Seidman (1991, p. 1) La percepción de los individuos da acceso a los más complicados temas sociales y educacionales, ya que se basa en la experiencia concreta de la gente.

Características de los Grupos Focales

Este tipo de investigación requiere que el investigador se plantee un proyecto, debe establecer contacto con los participantes, entrevistarlos, transcribir los datos recolectados, y después trabajar en el material obtenido (Seidman, 1991, p.5).

Los participantes del grupo deben estar involucrados en una situación en particular: Haber sido expuestos a un filme, un programa de radio, un panfleto, al artículo

de un libro, haber sido parte de un experimento, o de una situación social, entre otros, para después encontrar elementos significativos, patrones, procesos y una estructura a la situación que está siendo analizada (Siedman, 1991, p.3).

Krueger (1997, p.10) Menciona que los grupos focales usualmente tienen cinco características en cuanto a sus componentes. (1) Gente que (2) posee ciertas características y (3) provee datos cualitativos (4) en una discusión enfocada (5) para ayudar a entender un tema de interés.

1. Los grupos focales son usualmente compuestos por diez personas, pero el tamaño puede variar de cinco a doce integrantes. El grupo debe ser lo suficientemente pequeño para que todos tengan la oportunidad de compartir pensamientos y lo suficientemente grande para proveer diversidad de percepciones (Krueger, 1997, p.10).

2. Los grupos focales son compuestos por participantes que son similares de algún modo que resulte importante para el investigador. La naturaleza de esta homogeneidad es determinada por el propósito del estudio. La similitud de los participantes es la base del reclutamiento (Krueger, 1997, p.10).

3. Su objetivo es recolectar datos de interés para el investigador, usualmente para encontrar un rango de opiniones de gente a través de diferentes grupos. El investigador compara y contrasta los datos recolectados en al menos tres grupos focales (Krueger, 1997, p.11).

4. Las preguntas en un grupo focal son predeterminadas cuidadosamente. Son secuenciales para que sean fáciles de entender y resulten lógicas para los participantes. Las preguntas al inicio del grupo son más generales, y a lo largo de este las preguntas se vuelven más específicas (Krueger, 1997, p.12).

Usos de los Grupos Focales

En sus inicios las entrevistas de grupo fueron desarrolladas para encontrar ciertos problemas que surgían de la investigación de la comunicación, así como del análisis de propaganda. Su propósito principal era proveer bases para interpretar efectos de los medios de comunicación estadísticamente. Pero, en general, los estudios experimentales sobre los efectos y las situaciones sociales se obtenían mediante el uso de grupos focales (K.Merton, 1990, p.5). Ya que, funcionan particularmente bien para determinar la percepción, sentimientos, y pensamientos de la gente sobre algunos temas, productos, servicios, y oportunidades (Krueger, 2000, p.12).

Se ha encontrado que los grupos focales son útiles antes, durante y después de programas, eventos o experiencias. Han sido útiles en asesorar necesidades, generar información para la construcción de cuestionarios, desarrollar planes, reclutar nueva clientela, conocer como los consumidores deciden si usar o no usar un producto o servicio, probar nuevos programas o ideas, mejorar programas existentes y evaluar sus resultados (Krueger, 2000, p.19).

De acuerdo con Krueger (2000, p.24) Los grupos focales deben ser considerados cuando:

- Se está buscando un rango de ideas o sentimientos que la gente tiene sobre algo.
- Cuando se trata de explicar la diferencia en perspectivas entre grupos o categorías de gente. Ocasionalmente, la gente que está en el poder ve una cierta situación diferente a como la ve alguien que no pertenece a ese grupo.
- Cuando se quiere probar ideas piloto, materiales, planes, o políticas.
- Para capturar los comentarios o lenguajes utilizados por la audiencia.

La Composición del Grupo

Krueger (2000, p. 83) menciona que una parte importante de la planeación de un grupo focal es conocer que tipo de personas pueden proporcionar la información que se necesita, es decir, conocer quién es la audiencia meta. Es necesario conocer las características que los participantes deben tener. El investigador debe preguntarse ¿Quién tiene la mayor cantidad de conocimiento en este tema?

La muestra debe ser aleatoria. Todos los participantes deben tener la misma posibilidad de ser seleccionados para el estudio, con la finalidad de que las opiniones, y actitudes estén normalmente distribuidas en la población.

Un grupo focal está caracterizado por la homogeneidad, pero con la suficiente variación entre los participantes para permitir el contraste de opiniones. Por homogeneidad se entiende que los participantes deben tener algo en común, como:

- Ocupación
- Uso de un programa o servicio
- Edad
- Género
- Características Familiares

Existen dos razones para la homogeneidad: La primera es por propósitos del estudio, y la segunda es para la comodidad de los participantes. El grado de participación será influenciado por las diferencias en las características de los participantes (Krueger, 2000, p.72).

De acuerdo con Krueger (2000, p. 27) Si se quiere comparar y contrastar como ciertos tipos de personas hablan sobre un asunto, esta gente debe estar separada en diferentes grupos. Cuando se planean los grupos, se debe evitar mezclar gente que puede sentir que tiene otro nivel de experiencia o poder relacionado con el tema a tratar. Se debe crear un ambiente en donde todos los participantes se sientan cómodos diciendo lo que

piensan y sienten. Si existe un poder diferencial, algunos participantes pueden reservarse al hablar, por ejemplo, es conveniente no mezclar niños de séptimo año con niños de onceavo. Se deben considerar las maneras tradicionales de dividir a la gente en categorías: Locación geográfica, edad, género, recursos, familia y empleo pueden ser maneras de identificar quién participará en los grupos focales (Krueger, 2000, p.28).

Se deben planear de tres a cuatro grupos focales con cada tipo de participante. La razón para planear de esta manera los grupos es porque los grupos focales son analizados entre ellos, así se buscan patrones y temas (Krueger, 2000, p.26).

Otro factor importante dentro de esta técnica es el tamaño del grupo. Krueger (2000, p.73) menciona que el tamaño tradicional recomendado para un grupo focal en investigaciones de marketing es de diez a doce personas. Los grupos pequeños se están volviendo muy populares debido a que son más fáciles de reclutar, aunque los grupos grandes funcionan bien cuando las preguntas son sobre una prueba piloto de materiales o ideas, es decir, que los participantes no tienen mucho conocimiento sobre el tema (Krueger, 2000, p.27).

Desarrollo del Cuestionario

Krueger (2000, pp.40) enlista las cualidades que deben tener las preguntas del cuestionario guía:

- Conversacional: Un grupo focal es una experiencia social, por lo que las preguntas conversacionales ayudan a crear y mantener un ambiente informal.
- No se deben utilizar términos técnicos a menos que se esté tratando con profesionales.

- Son fáciles de decir: Las buenas preguntas están escritas de manera que el moderador pueda leerlas sin problemas.
- Son claras: Cuando se hace la pregunta los participantes deben entender lo que se les está preguntando.
- Usualmente son breves: Las preguntas largas pueden confundir a los participantes.
- Usualmente son abiertas: Estas preguntas implican que unas cuantas palabras o una frase es suficiente como respuesta, o que pueden extenderse libremente.
- Incluir instrucciones claras y bien pensadas: Cuando se les pide a los participantes hacer algo, se debe estar seguro de darles instrucciones claras.

Aplicación de Grupos Focales

Los primeros momentos del grupo focal son de gran importancia. El moderador debe dar suficiente información a los participantes para que se sientan cómodos con el tema, crear una buena atmósfera y dar a conocer las reglas y el tono de la discusión. El éxito del grupo puede ser atribuido a la introducción. El patrón que se recomienda para la introducción es el siguiente:

1. Bienvenida
2. Una introducción general del tema
3. Presentación de las reglas
4. La primera pregunta

(Krueger, 2000, p.107)

Recolección de Datos

Las principales formas de capturar observaciones en un grupo focal son: Grabación de audio y grabación de video. Una diferencia importante entre estos dos métodos, es que el video puede hacer que los participantes sientan que su privacidad está siendo invadida, aunque tiene la ventaja de saber quién está hablando, y en las conversaciones saber quién le habla a quién. Mediante el uso del audio estos datos no son accesibles (L.Morgan, 1997. pp. 55).

Análisis de Resultados

De acuerdo con Krueger (2000, p.128) el análisis de los grupos focales es sistemático, secuencial, verificable y continuo.

a) El Análisis es sistemático y secuencial : “El análisis sistemático es deliberado y planeado, no es caprichoso, arbitrario ni espontáneo. El análisis es un proceso evolutivo y secuencial.” Este tipo de análisis ayuda a asegurar que los resultados reflejarán lo que haya sido compartido en los grupos. Un análisis sistemático significa que la estrategia de análisis está documentada, y entendida por el investigador. (Krueger, 2000, p. 128)

b) El Análisis es verificable: Otro investigador debe ser capaz de llegar a una conclusión similar revisando los documentos y datos obtenidos en la investigación. El investigador

debe ser muy cuidadoso para evitar una percepción selectiva. La verificación en análisis es un gran respaldo. (Krueger, 2000, p. 128)

c) El Análisis es un proceso continuo: A diferencia del análisis cuantitativo, el análisis de grupos focales comienza desde la realización del primer grupo, es decir que el análisis se hace junto con la recolección de datos. Cada grupo es analizado y comparado con los grupos realizados anteriormente.

Realizar análisis mientras el estudio avanza mejora la recolección de datos, por lo que el moderador de los grupos focales debe transcribir los datos obtenidos de cada grupo antes de realizar el siguiente. También se debe escribir un breve resumen, tomando en cuenta cada pregunta del cuestionario. Así se podrá saber si se necesita más información sobre determinada pregunta, realizar cambios en preguntas que no fueron contestadas, o adaptarlas en caso de necesitar algún cambio. (Krueger, 2000, pp.128)

Dependiendo del propósito del estudio, la línea de tiempo, el presupuesto y las necesidades del cliente, existen diferentes tipos de captura de datos para el análisis: transcripciones, casetes, notas y la memoria (Krueger, 2000, p. 130).

a) Transcripciones: Son la base para el análisis de un grupo focal, se complementan con las notas que realiza el investigador durante el grupo. Con la transcripción el investigador puede comenzar a formarse opiniones. El investigador realiza un resumen de lo que encontró en ese grupo, y así compara y contrasta con los resultados de los demás grupos (Krueger, 2000, pp.130).

b) Casetes: Los análisis basados en este material requieren de menos tiempo a comparación de la transcripción. Este análisis consta en escuchar la grabación de cada grupo y realizar la transcripción de los segmentos de la discusión que son útiles (Krueger, 2000, p.131).

c) Notas: Este análisis se basa en las notas de campo. Los recursos, tales como los casetes de audio y video son utilizados como respaldo. La ventaja de este tipo de análisis es la rapidez con que puede efectuarse. La calidad de las notas está directamente relacionada con la capacidad del asistente en capturar notas relevantes (Krueger, 2000, p.131).

d) Memoria: Esta técnica requiere de una considerable experiencia y conocimiento, por lo que regularmente es utilizado por moderadores profesionales en salones especiales para los grupos focales, que consisten en un espejo que permite ver el grupo sin ser percibido (Krueger, 2000, p.132)

Grupos Focales con niños

Krueger (2000, p.176) afirma que los grupos focales tienen un considerable potencial para descubrir como piensan los niños sobre algún, tema, o programa. Los grupos niños son diferentes a los que se llevan a cabo con adultos. Por ejemplo, los niños carecen de control sobre su ambiente. Ellos están generalmente en situaciones donde los adultos tienen el control, y algunas veces las reglas de comportamiento son poco claras.

Como resultado, los jóvenes pueden ser escépticos sobre que en la discusión del grupo focal todas las opiniones son apreciadas, tanto positivas como negativas.

Algunos aspectos importantes que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo grupos con jóvenes son:

a) Elegir al moderador correcto: Se debe tener en mente que los niños tienen menos experiencia que los adultos. Por lo que a veces, una respuesta como “no lo sé” puede ser

correcta. Cuando se habla con niños, regularmente se escuchan frases y conceptos que suenan como si vinieran de sus padres, maestros, o grupos religiosos, como un reflejo de sus valores (Krueger, 2000, p. 177).

Es importante que en este tipo de grupos el moderador sea un adulto que le guste convivir con niños. Ya que los niños se sienten en confianza, muestran respeto, tolerancia, humor y se predisponen a escuchar (Krueger, 2000, p. 177). Otra alternativa, es que el moderador sea un adolescente, ya sea de preparatoria o de universidad. Los resultados que se han obtenido con este tipo de moderadores han sido exitosos debido a que los niños no sienten la presencia de una autoridad adulta. El factor decisivo en tener grupos focales exitosos es que el moderador tenga la habilidad de hacer sentir cómodos a los participantes con el tema, el proceso y el ambiente (Krueger, 2000, p. 178).

b) Mantener el rango de edad con diferencia de dos años: La regla generalmente aceptada en los grupos focales con jóvenes es que la diferencia de edad entre los participantes no sea mayor a dos años. Hablando de desarrollo, las diferencias de intereses, experiencias, y socialización pueden ser muy diferentes. Puede darse el caso de que los participantes de menor edad difieran de los de mayor edad (Krueger, 2000, p. 177).

c) Lograr que hablen entre ellos: El moderador debe permitir que los niños hablen entre ellos. Debe animar a los niños a compartir sus ideas, siempre respetando y escuchando a los demás (Krueger, 2000, p. 180).

Los detalles y experiencias de un individuo pueden estimular a los demás. Los participantes tienen tiempo de pensar antes de hablar, por lo que las respuestas son más consideradas que en una entrevista individual. Cuando una persona habla sobre un asunto delicado produce que los demás miembros del grupo no se inhiban como lo harían en una situación de uno a uno (Krahtwohl, 1998, p.29).

d) Realizar preguntas de acuerdo a la edad: Se deben evitar preguntas que requerían como respuesta un si o no, y las que puedan amenazar la libertad e independencia de los niños (Krueger, 2000, p. 179).

e) Estar consciente de los comportamientos relacionados con la edad: Los grupos con niños de nueve años pueden ser difíciles, ya que a esta edad no han tenido mucha experiencia en formar parte de un grupo, en donde se espera que escuchen a los demás antes de responder (Krueger, 2000, p. 179).

f) Reducir el tamaño del grupo: Usualmente los grupos focales se limitan a una hora o menos. Especialmente con niños menores de diez años. Si la sesión es más larga los niños se aburren, buscan otras actividades y dejan de responder (Krueger, 2000, p. 180).

g) Usar comida: “La comida es mágica” Los refrigerios logran que la discusión sea más comfortable, relajada y disfrutable (Krueger, 2000, p. 180).

h) Encontrar una locación amigable: Se debe ser cuidadoso al elegir la locación donde se llevará a cabo el grupo focal. Algunos lugares, como las escuelas, representan lugares en donde los niños son subordinados por adultos. Casas, restaurantes, y lugares públicos son considerados más neutrales. En algunos estudios la locación no es muy importante, aunque se debe considerar que se debe dejar a un lado el control de los adultos y usar una locación neutral (Krueger, 2000, p. 180).

Según David L. Morgan (1997, p.54) el sitio donde se lleva a cabo el grupo focal debe balancear las necesidades de los participantes y las necesidades del investigador. Las alternativas posibles son salas de conferencia en un lugar público, como un centro de la comunidad, una biblioteca o una escuela. Otras alternativas pueden ser la oficina del investigador o en la casa de uno de los participantes.

i) Conseguir los permisos necesarios: Usualmente es necesario el permiso de los padres para conducir grupos focales con niños. En algunos casos, cuando los grupos focales se llevan a cabo en horas de escuela, el permiso no es esencial (Krueger, 2000, p. 180).

j) Ambiente Relajado: Los grupos focales con niños son divertidos, ya que regularmente ocurre algo inesperado. El moderador debe mantener sentido del humor, mostrar respeto y estar siempre listo para improvisar (Krueger, 2000, p. 180).

Aplicación de la Técnica de Grupos Focales

El Contexto: Pachuca

Pachuca, es la ciudad capital del estado de Hidalgo. De acuerdo con el censo 2000 del INEGI, Pachuca tiene una población de 245,208 habitantes, siendo 24,781 niños de 5 a 9 años.

Cuenta con una infraestructura educacional importante, en la actualidad cuenta con escuelas de nivel preescolar, primaria, secundaria, nivel bachillerato, profesional medio y escuelas de nivel superior.

En lo que respecta a medios de comunicación, Pachuca tiene cuatro estaciones radiodifusoras: Dos pertenecientes a grupo Acir, una de Sonido Cristal, y 98.1 que forma parte de Radio y Televisión de Hidalgo y Radio Universidad. En el ámbito televisivo, XHPAH-TV Canal 3 es la única televisora concesionada en Pachuca, y transmite desde este municipio (INEGI, CENSO 2000, Pachuca, Hgo.).

El Censo 2000 realizado por el INEGI muestra que en Pachuca hay 59, 460 viviendas particulares. En materia de medios de comunicación están distribuidas de la siguiente manera:

3.1 Aparatos electrónicos en viviendas de Pachuca

	Viviendas	Disponen	No Disponen	No especificado
Televisión	59 460	56 246	2,923	291
Radio	59 460	55 925	3,149	386
Videocasetera	59 460	29 421	29 653	385

En lo anterior, se puede apreciar que el 94.59% de la población cuenta con un televisor, el 94% tiene por lo menos un radio, mientras que un 49.48% dispone de una videocasetera y sólo un 16.2% tiene una computadora en su casa.

El Canal 3: Radio y Televisión del Estado de Hidalgo (XHPAH) tiene como prioridad apoyar las actividades relacionadas con el Gobierno de la República, y promover la integración de los habitantes de Hidalgo, para la participación de las actividades tendientes a resolver problemas económicos, sociales, políticos, y culturales del Estado (Radio y Televisión de Hidalgo).

La señal de la televisora llega a un 88% de la población de Hidalgo, sin alcanzar el 100% debido a las condiciones de orografía del estado. Esto se debe a que la ciudad está cubierta de cerros que hacen muy difícil la comunicación. Sin embargo, mediante el uso de la tecnología se ha logrado alcanzar un sector amplio de la población (Radio y Televisión de Hidalgo).

El corte del canal 3 es en su mayoría cultural y educativo. En el 2004 los programas culturales cubrieron un 51.86% de la programación y los educativos un 39.76%, dejando el 8.38% para otros formatos (Radio y Televisión de Hidalgo).

Los programas emitidos por Radio y Televisión de Hidalgo provienen de tres clases de material: Producidos en estudio, recibidos por señal satélite, y de grabaciones en videocasete. El canal tiene convenios con diversas televisoras del país con las que intercambian programas, entre ellas se encuentran Canal Once, Canal 22, y televisoras estatales. La programación producida por RTH formó el 40.41% de su programación en el 2004, mientras que los programas de Canal Once ocuparon un 12.72%, equivalente a 1061 emisiones.

Los programas de Canal Once que más se transmitieron por RTH en el 2004 fueron:

- **Bizbirije – 189 emisiones.**
- De todo con Maria Roiz – 139 emisiones
- El Rincón de los Sabores – 135 emisiones.
- Los Misterios de Movice – 99 emisiones.
- La Ruta del Sabor – 59 emisiones.

Bizbirije y Los Misterios de Movice pertenecen a la programación de la barra infantil Once Niños. Otros programas de la barra infantil que transmitió el canal 3 fueron:

- El Diván de Valentina, con 43 emisiones.
- La Bruja desastrosa – 37 emisiones.
- Mi Gran Amigo – 27 emisiones
- Franklin - 2 emisiones (Fuente: Radio y Televisión de Hidalgo)

En cuanto al género de los programas. Los porcentajes más representativos fueron:

- 16.68% - Noticieros
- 13.78% - Documentales
- 13.60% - Musical
- 11.14% - Educativo

- **10.67%** - Programación infantil
- entre otros... (Fuente: Radio y Televisión de Hidalgo)

Características de los Grupos Focales

El motivo de realizar los grupos en escuelas fue la facilidad de acceso a los niños, así como la oportunidad de separarlos por edad. La selección de las escuelas se realizó de manera que cada institución fuera representante de un nivel socioeconómico. Para nivel alto se eligió la Escuela Americana, A.C, siendo la segunda escuela más cara de la Ciudad de Pachuca. Ubicada en Valle de Anahuac S/N. Fracc. Valle de San Javier. C.P 42086 Pachuca, Hgo. Mientras que para representar el nivel socioeconómico bajo se eligió la Escuela Primaria Federal Ignacio Zaragoza, ubicada en la calle Samuel Carro, S/N. Colonia Revolución. Pachuca, Hgo

Los grupos estuvieron conformados de la siguiente manera:

3.2 Características de Grupos Focales

	Primer Grado	Segundo Grado	Tercer Grado
Escuela Americana	Fecha: 9 de noviembre de 2004 Participantes: 12 niños y niñas de 6 a 7 años. Sexo: 4 niños y 8 niñas. Lugar: Biblioteca de la escuela.	Fecha: 9 de noviembre de 2004 Participantes: 12 niños y niñas de 7 a 8 años. Sexo: 7 niños y 5 niñas. Lugar: Biblioteca de la escuela.	Fecha: 10 de noviembre de 2004 Participantes: 12 niños y niñas de 8 a 9 años. Sexo: 7 niños y 5 niñas. Lugar: Biblioteca de la escuela.

Escuela Zaragoza	Fecha: 2 de febrero de 2005 Participantes: 7 niños y 8 niñas de 6 años. Sexo: 7 niños y 8 niñas. Lugar: Salón de clases	Fecha: 3 de febrero de 2005 Participantes: 7 niños y 8 niñas de 7 años. Sexo: 6 niños y 9 niñas. Lugar: Salón de clases.	Fecha: 3 de febrero de 2005 Participantes: 8 niños y 7 niñas de 9 años. Sexo: 9 niños y 6 niñas. Lugar: Salón de clases.
-------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Un factor importante en la elección de las escuelas fue el permiso otorgado para aplicar los grupos focales. La Escuela Federal no realizó preguntas sobre el estudio y concedieron el permiso de inmediato, dando todas las libertades para aplicar los grupos focales. Por el contrario, la Escuela Americana preguntó todos los detalles del estudio, y dio especificaciones sobre la información que no debía preguntarse a los niños, especialmente sobre datos personales. El uso de videocámara fue autorizado mientras los rostros de los niños no aparecieran en el video. De acuerdo con la directora de Primaria, estas restricciones fueron por la seguridad de los niños.

La Escuela Americana sólo permitió la realización de tres grupos focales. Uno de primer grado, uno de segundo grado y otro de tercer grado, por lo que se realizaron de la misma manera los grupos en la Escuela Federal con la finalidad de que los niños estuvieran dentro del mismo rango de edad y tuvieran características similares. La edad de los participantes debía ser entre seis y nueve años, ya que el programa Bizbirije está dirigido a este segmento.

En cada una de las sesiones se siguió la siguiente logística: Presentación y aplicación del cuestionario, Exposición al programa “Bizbirije” y Discusión sobre el programa.

Para obtener más información sobre el nivel socioeconómico y hábitos televisivos de los niños se desarrolló un breve cuestionario (ANEXO 2) que se aplicó al inicio de cada grupo focal. Las variables que se consideraron fueron demográficas, socioeconómicas y sobre el uso de la televisión en su tiempo libre.

A los niños de primer grado de ambas escuelas se les realizó el cuestionario de manera oral e individual, debido a que su capacidad de lecto – escritura aún no está lo suficientemente desarrollada para este cuestionario.

Después de la aplicación del cuestionario, se les presentó a los niños un capítulo del programa, el cual fue elegido aleatoriamente de los diez capítulos grabados para realizar la investigación entre los meses de Agosto y Septiembre del 2004. Dicho capítulo se encuentra descrito en el ANEXO 2.

La técnica de recolección de datos utilizada durante los grupos focales, fue la toma de notas sobre lo que se observaba en el grupo en cada segmento del programa. Se tomaron notas sobre los comportamientos, comentarios, y reacciones que los niños tenían ante el televisor mientras observaban Bizbirije. Se puso especial atención en qué secciones los niños se distraían o se mantenían atentos.

Para enriquecer el análisis se utilizó una cámara de video como respaldo. La cual no estuvo a la vista de los participantes, para no incomodarlos, o distraerlos. Los casetes recolectados fueron revisados después de cada grupo focal, lo que complementó las notas obtenidas durante el grupo.

Como se mencionó anteriormente, un factor determinante en el aprendizaje por medio de la televisión es la atención prestada a un programa, por lo que se realizó una clasificación de variables que permitieran analizar la atención prestada al programa por medio de unas tablas que se presentan en el capítulo de Análisis de Resultados. En las

cuales se presenta la reacción y atención que tuvieron los niños por cada segmento del programa, así como la motivación por participar en él, la comprensión del mensaje, y la identificación con los personajes.

Al finalizar el programa, se llevó a cabo la discusión con los niños. Los temas que se trataron fueron: El tema del programa, la empatía con los conductores, lo que más les interesó, si les pareció entretenido y divertido el programa, lo que más recordaron, lo que les enseñó, lo que no les gustó, lo que cambiarían del programa, su interés por ver otro capítulo del programa, su interés en formar parte del equipo de reporteros, los temas que elegirían para su reportaje, y si les gustaría aparecer en televisión.

Para hacer un ambiente más cómodo para los niños, y lograr confianza con el moderador se llevaron refrigerios, los cuales pretendían ser repartidos en cada sesión. En la Escuela Americana tuvieron que ser repartidos al final como agradecimiento ya que no se permitió entregarlos antes. En la Escuela Federal sólo permitieron entregarlos antes de la exposición del programa en el grupo de segundo grado.

Se procuró que cada grupo focal no durara más de una hora, ya que al estar trabajando con niños se debe tomar en cuenta que después de una hora los niños comienzan a distraerse.