



CASTELLS, Manuel, 1997. La era de la información. Economía, sociedad y cultura (vol. 2 El poder de la identidad). Madrid, Alianza.

CIUK, Perla, 2003. "Una trama que no avanza", en El ángel, suplemento cultural de Reforma, 21 de diciembre. México.

CHARTIER, Roger, 1992. El mundo como representación. Barcelona, Gedisa.

DIETZ, Gunther, 1999. "Etnicidad y cultura en movimiento: desafíos teóricos para el estudio de los movimientos étnicos". México, Revista Nueva Antropología (pp 81-107).

ECO, Umberto, 1988. De los espejos y otros ensayos. Barcelona, Lumen.

ECO, Umberto, 1990. Los límites de la interpretación. Barcelona, Lumen.

ECO, Umberto, 1992. Interpretación y sobreinterpretación. Cambridge, Cambridge University Press.

ESTEINOU Madrid, Javier, 1983. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. México, Nueva Imagen.

ESTEINOU Madrid, Javier, 2004. "El modelo de comunicación neoliberal: el remate del cine nacional", en Razón y palabra. www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/actual/jesteinou.html

GARCIA, Gustavo y Aviña, Rafael, 1997. Época de Oro del cine mexicano. México, Clío.

GARCÍA Canclini, Néstor, 1999. La globalización imaginada. México, Paidós.

GARCÍA RIERA, Emilio y Macotela, Fernando, 1984. La guía del cine mexicano: De la pantalla grande a la televisión. México, Patria.

GARCÍA RIERA, Emilio, 1986. Historia del cine mexicano. México, SEP.

GARCIA RIERA, Emilio, 1992-1997. Historia documental del cine mexicano. México, Edición: UdeG, IMCINE, SEC de Jalisco y Conaculta.

GARCÍA RIERA, Emilio, 1998. Breve historia del cine mexicano, primer siglo: 1987-1997. México, Ediciones Mapa.

GIDDENS, Anthony, 1995. La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Madrid, Cátedra.

GIDDENS, Anthony, 1999. La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia. Madrid, Taurus.

GONZALEZ, Jorge A., 1989. "Los sistemas de comunicación social. Ideas sueltas para ponerle un cascabel al gato", en Estudios sobre las culturas contemporáneas. México, Universidad de Colima.

GONZALEZ, Jorge A., 1994. "Frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas", en Medios y mediaciones. México, El Colegio de Michoacán-ITESO.

GRAMSCI, Antonio, 1980. Cuadernos de la cárcel. México, ERA.

HABERMAS, Jurgens, 1982. Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona, Gustavo Gili.

HOBBSBAWM, Eric y Ranger, Terence (comps.), 1983. The invention of tradition. Cambridge, Cambridge University.

HOBBSBAWN, Eric, 1987. La era de la Revolución, 1789-1848. Buenos Aires, Crítica.

HOBBSBAWN, Eric, 1998. La era del capital, 1848-1875. Buenos Aires, Crítica.

KYMLICKA, Will, 1996. Ciudadanía multicultural. Barcelona, Paidós.

LIPOVETSKY, Gilles, 1994. El crepúsculo del deber. La ética indolosa de los nuevos tiempos democráticos. Barcelona, Anagrama.

LYOTARD, Jean Francois, 1990. La posmodernidad (explicada a los niños). Barcelona, Gedisa.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, 1987. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México, Gustavo Gili.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, 1989. Proceso de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista. México, Felafacs-Gustavo Gili.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, 1997. "Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad", en Estudios sobre las culturas contemporáneas. México, Universidad de Colima.

MARTÍN-BARBERO, Jesús y Rey, Germán, 1999. Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, Gedisa.

MATTELART, Armand y Dorfman, Ariel, 1972. Para leer el Pato Donald. México, Siglo XXI.

MATTELART, Armand, 1976. La comunicación masiva en el proceso de liberación. México, Siglo XXI.

MATTELART, Armand, 1977. Multinationales y sistemas de comunicación. Los

aparatos ideológicos del imperialismo. México, Siglo XXI.

MATTELART, Armand, 1979. La cultura como empresa multinacional. México, ERA.

MATTELART, Armand y Mattelart, Michele, 1997. Historias de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós.

MATTELART, Armand, 1998. La mundialización de la comunicación. Barcelona, Paidós.

MATTELART, Armand, 2002. Historia de la sociedad de la información. Barcelona, Paidós.

MATTELART, Armand, 2003. La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Siglo XXI editores, México.

METZ, Christian, 1972. Cine y lenguaje. Barcelona, Planeta.

METZ, Christian, 1979. Psicoanálisis y cine. El significante imaginario. Barcelona, Gustavo Gili.

METZ, Christian, 1983. Ensayos sobre la significación en el cine I. Barcelona, Buenos Aires.

MONSIVAIS, Carlos, 1995. Los rituales del caos. México, ERA.

MONSIVAIS, Carlos, 1996. "La forma y la memoria. Fotografías de Graciela Iturbide". México, periódico La Jornada, suplemento La Jornada Semanal (3 de noviembre).

MONSIVÁIS, Carlos, 1997. Escenas de pudor y liviandad. México, Grijalbo.

MONSIVAIS, Carlos, 2000. Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina. Barcelona, Anagrama.

MONSIVÁIS, Carlos, 2003. "De programas y proyectos. Alabemos todos la megabiblioteca", 16 de noviembre del 2003, en el suplemento cultural El ángel, en el periódico Reforma. México.

PAZ, Octavio, 1950. El laberinto de la soledad. México, Fondo de Cultura Económica.

PAZ, Octavio, 1979. El ogro filantrópico. México, Seix Barral.

PAZ, Octavio, 1983. Tiempo nublado. México, Seix Barral.

PAZ, Octavio, 1989. México en la obra de Octavio Paz. Los privilegios de la vista. México, Fondo de Cultura Económica.

PERCEVAL, J.M., 1995. Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación. Una perspectiva histórica. Barcelona, Paidós.

PORTILLA, Jorge, 1966. Fenomenología del relajo. México, Era.

PRIETO Castillo, Daniel, 1981. Discurso autoritario y comunicación alternativa. México, Edicol.

PUJADES, Joan J., 1998. "Mestizaje, cosmopolitismo y nuevas formas de racismo", en: La interculturalidad que viene: el diálogo necesario. Barcelona, Icaria.

RAMOS, Samuel, 1934. El perfil del hombre y la cultura en México. México, Lecturas Mexicanas.

SHOHAT, Ella y Stam, Robert, 2002. Multiculturalismo, cine y medios de comunicación: Crítica del pensamiento eurocéntrico. Barcelona, Paidós.

TARIFEÑO, Leonardo, 2004. "Las luchas del cine mexicano", en Letras libres, número 61. México.

VAN DIJK, Teun A., 1997. Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona, Gedisa.

VAN DIJK, Teun A., 1999. Ideología. Una aproximación multidisciplinaria. Barcelona, Gedisa.

VAN DIJK, Teun A., 2000-A. El discurso como estructura y proceso. Barcelona, Gedisa.

VAN DIJK, Teun A., 2000-B. El discurso como interacción social. Barcelona, Gedisa.

VAN DIJK, Teun A., 2003. Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina. Gedisa, Barcelona.

VILCHES, Lorenzo, 1984. La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión. Barcelona, Paidós.

## El Grupo de Discusión como generador de Discurso Social en la mercadotecnia en salud

ELIZABETH BONILLA LOYO

*El Grupo de Discusión como generador de Discurso Social en la mercadotecnia en salud*

\* Doctora en Administración y Ciencias Sociales por la Universidad La Salle, Maestra en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, Licenciada en Psicología con especialidad en el área organizacional y social por la Universidad Veracruzana, Lic. en Educación. Investigadora en el Instituto de Investigaciones Multidisciplinarias en Ciudad de Xalapa. Docente y Tutora de los Doctorados en Educación, Ciencia, Tecnología y Cultura de la Universidad de Xalapa. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación [ALAIIC], Miembro de Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación [AMIC], Miembro de la Asociación Mexicana de Salud Pública [AMESP]. Miembro Colaborativo de "The Communication Initiative Network" área Comunicación y Desarrollo Sustentable y Sostenible. Contacto: lizitabon@yahoo.com.mx



## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre el Grupo de Discusión, como campo de producción de discursos y sobre la ruptura epistemológica que se da entre esta técnica y la Encuesta al ser trasladada del campo académico al de la mercadotecnia social, durante las dos últimas décadas del siglo XX. Su inserción en el proceso de producción capitalista y cultura del consumo en la sociedad contemporánea, tornaron el Grupo de Discusión, por la riqueza de su interacción verbal, como la técnica de investigación privilegiada para generar discurso social concretamente en la mercadotecnia y posteriormente en el campo de la salud pública a través de la interacción de tres interlocutores (Servicios de salud pública, mercadotecnia en salud y Agentes sociales). El nivel de reflexión es de carácter comparativo, se ubica como la técnica que resume y ejemplifica una perspectiva metodológica estructural en relación a la técnica de encuesta considerada como una técnica distributiva. El texto resultante se mira como un espacio abierto que ayude a repensar y reescribir las experiencias de quienes se han involucrado con esta técnica de investigación en el campo de la salud. En particular, esta reflexión se da en el marco de un proyecto de investigación más amplio, orientado hacia el posicionamiento de estrategias de comunicación en el contexto de instituciones de Salud Pública y Enfermería, en Latinoamérica, con lo cual se incorpora parte de experiencia propia tanto en el ámbito académico como en la mercadotecnia de quien esto escribe.

Palabras Clave: Grupo de discusión- Encuesta, Salud pública, Mercadotecnia en salud.

### Abstract

This work has as aim think about the Group of Discussion, as field of production of speeches and about the break of epistemology that gives itself between this technology and the Survey on having been moved from the academic field to that of the social marketing, during last two decades of the 20th century.

The level of thinking is of comparative character, is located as the technology that summarizes and exemplifies a methodological structural perspective in relation to the technology of survey considered as a distributive technology.

\* Doctora en Administración y Ciencias Sociales por la Universidad La Salle, Maestra en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, Licenciada en Psicología con especialidad en el área organizacional y social por la Universidad Veracruzana, Lic. en Educación. Investigadora en el Instituto de Investigaciones Multidisciplinarias en Ciudad de Xalapa. Docente y Tutora de los Doctorados en Educación, Ciencia, Tecnología y Cultura de la Universidad de Xalapa. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación [ALAIIC], Miembro de Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación [AMIC], Miembro de la Asociación Mexicana de Salud Pública [AMESP]. Miembro Colaborativo de "The Communication Initiative Network" área Comunicación y Desarrollo Sustentable y Sostenible. Contacto: lizitabon@yahoo.com.mx

The resultant text looks as an opened space that helps to rethink and rewrite the experiences of those who have interfered with technical this one of investigation in the field of the health. Especially, this thinking is given in the most wide frame of a project of investigation, orientated towards the positioning strategy of communication in the context of institutions of Public Health and Infirmary, in Latin America, with which there joins part of own experience both in the academic area and in the marketing of whom this writes.

His insertion in the process of capitalist production and culture of the consumption in the contemporary company, they returned the Group of Discussion, for the wealth of his verbal interaction, as the technology of investigation favoured to generate social speech concretely in the marketing and later in the field of the public health across the interaction of three speakers (Services of public health, marketing in health and social Agents).

### Introducción

El origen de los grupos de discusión como técnica de investigación, deriva originalmente de la disciplina de la psicología concretamente de las teorías de la Gestalt, de la teoría de dinámica de grupos de Kurt Lewin y del psicoanálisis. La Gestalt como disciplina estudia las fuerzas que afectan la conducta de grupo y analiza la situación grupal como un todo en forma propia a partir del conocimiento y comprensión del todo de esta estructura como campo, generando con esto, el conocimiento y la comprensión de cada uno de los aspectos particulares de la vida del grupo y de sus componentes (Piaget, 1979:79)

De Kurt Lewis se retoma la teoría de la dinámica de grupos, utilizada para lograr resultados en procesos grupales. Según este autor, el grupo no es una suma de miembros; es una estructura que emerge de la interacción de los individuos y que induce cambios en los mismos, para él dicha interacción psicosocial está en la base de la evolución de los grupos y de sus movimientos, afirma sobre todo que entre los individuos que forman un grupo se producen múltiples fenómenos tales como atracción, rechazo, tensión, entre otros, siendo precisamente estas corrientes que se establecen entre los elementos del grupo y entre los elementos del grupo, las que determinan un movimiento, una dinámica que proyecta en cierta medida al grupo hacia delante, como si poseyera la facultad de crear su propio movimiento. En este sentido, la evolución dinámica del grupo se da a través de las interacciones que se dan en un espacio que el denominó "Campo de fuerza social" con lo cual se afirma que "el comportamiento de un individuo en grupo está siempre determinado por la estructura de la situación presente (Lewis, 1949: 347-365).

Desde el psicoanálisis, Jesús Ibáñez (1958) trabajó en torno a lo que el denominó Grupo de Discusión, y para ello sustituyó la denominación tradicional de "reunión de grupo", retomando parcialmente la estrategia del grupo terapéutico atribuyéndole al

psicoanalista el papel del moderador de la dinámica e interpretación de la información generada. Dicha sustitución se dio al considerar Ibáñez la "reunión de grupo" como ideologizante, al hacer referencia solo al grupo básico, al deseo de estar reunidos. En cambio, en su propuesta sobre Grupo de Discusión se da el hecho real de tener que discutir, el grupo se convoca para eso y a sus integrantes se les deja estar reunidos mientras discuten. Aquí el grupo es simulado, es un grupo sólo imaginario y manipulable creado expresamente para un objetivo, el "moderador" tiene en sus manos todos los elementos que mueven al grupo, tiene el poder para asignarles el espacio y, controla el tiempo de esa asignación, también tiene poder para conformar el grupo: él percibe cuántos y quienes van a venir para trabajar lo que quiere el preceptor. El grupo de discusión tal y como lo define Mucchielli es en sentido estricto "Grupo de discusión es aquél que tiene como objetivo llevar a cabo una confrontación de opiniones, de ideas o de sentimientos de los participantes, con vistas a llegar unas conclusiones, a un acuerdo a unas decisiones (Ibáñez, 1996: 13-14)

A partir de este objetivo se asume que los Grupos de Discusión, proporcionan datos complejos y profundos tales como hábitos, motivaciones y actitudes que se presentan en el consumidor con la intención de crear mensajes orientados ya sea al lanzamiento de un producto, a la valoración de un material publicitario vigente o una campaña de comunicación, aportando atributos del producto que más tarde podrán cuantificarse. La investigación a través de grupos de discusión aporta los elementos necesarios para diseñar más tarde un cuestionario, así como los bloques de temas relevantes que pueden interesar o preocupar al cliente y que solo el consumidor puede responder.

Otro vínculo importante de los Grupos de Discusión es con la Entrevista usada en los campos de la antropología y la sociología a partir del segundo tercio del siglo XX. En la década de los treinta y a lo largo de los cuarenta, la entrevista empezó a ser utilizada ampliamente en el área de investigación, al institucionalizarse en estados Unidos algunas disciplinas como la psicología y la sociología.

Durante la década de los treinta, se generalizó en dos tendencias que han diferenciado a la entrevista en investigación: Uso cuantitativo con la entrevista extensiva (encuesta de opinión) y uso cualitativo con la entrevista intensiva (entrevista abierta), mismas

El GD se inició en España con Jesús Ibáñez quien en 1958 fundó una de las primeras empresas de estudios de mercado (Instituto Eco) y aunque trabajó conjuntamente con otros investigadores españoles tales como Ángel de Lucas y Alfonso Ortí entre otros, se le atribuye a él el origen de esta técnica de investigación.

que a través de un conjunto de saberes particulares o privados, construyen el sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia del sujeto (1989: 167).

Así la entrevista de investigación social, aporta su mayor productividad a partir de un espacio comunicativo de la realidad social, donde la palabra o discurso social común es el vector central de una experiencia personal, que se conoce a partir de una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante dirigida y registrada por el entrevistador, con el fin de generar un discurso conversacional continuo, no fragmentado, segmentado, precodificado y cerrado por un cuestionario previo, aplicado en el momento o dado con anterioridad al entrevistado. De esta forma la entrevista fue asumida como una narración conversacional, creada conjuntamente por el entrevistador y el entrevistado, a partir de un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y que por sí mismos, configuran la estructura de un objeto de estudio (Bonilla, 2008: 12).



**"Grupo de discusión es aquél que tiene como objetivo llevar a cabo una confrontación de opiniones, de ideas o de sentimientos de los participantes, con vistas a llegar unas conclusiones, a un acuerdo a unas decisiones.**

Esta experiencia fue ampliada a lo que hoy se conoce como Entrevistas grupales, en las cuales el entrevistador ocupa una posición no directiva, aplicando

Jean Baptiste Fages, distinguió siete tipos de entrevista construidos en función del grado de apertura y dirección de las intervenciones del entrevistador y dentro de diferentes ámbitos de las humanidades: La psicoanalítica y la psicológica dentro de la sesión clínica y terapéutica, y en las ciencias sociales la entrevista no directiva, la entrevista focalizada, sobre temas concretos, la entrevista con respuestas provocadas pero libres en su construcción, la entrevista con preguntas abiertas bajo un orden preciso, la entrevista con preguntas listadas y la entrevista con preguntas cerradas (1999, pág. 129).



preguntas abiertas sin establecer límites ni pistas sobre las posibles respuestas requeridas, sino más bien dando oportunidad a los entrevistados para comentar, explicar y compartir experiencias y actitudes, en contraste con la entrevista estructurada y directiva (Patton, 1990: 287).

El desarrollo de las Entrevistas Grupales tuvo aplicación en estudios sobre motivación laboral a través de Roethlisberger y Dickson (1938: 96-100.), en estudios de Psicoterapia con Carl Rogers (1942: 40) y en estudios para incrementar la moral militar durante la segunda guerra mundial. Su campo de aplicación está relacionado con las investigaciones que Paúl Lazarsfeld realizó con grupos de audiencia de radio.

Esta técnica, se consolidó y legitimó a partir de su aplicación en la mercadotecnia, área donde se le conoce como Grupo focal, desde ahí se promovió e impulsó a través de los medios de comunicación así como en la evaluación de programas, campañas y políticas públicas durante la segunda guerra mundial, con el objeto de medir efectividad de material de entrenamiento militar. Su metodología se dio a conocer en textos de autores como Robert K. Merton y Marjorie Fiske entre otros (1991: 24).

En el área de la mercadotecnia, se desarrollaron manuales sobre como trabajar el grupo focal, la bibliografía en su mayoría se encuentra en el idioma inglés, misma que tuvo una fuerte influencia en España, donde investigadores españoles que además de ser académicos realizaban trabajos en empresas de investigación de mercados, incursionaron en esta técnica, aportando reflexiones epistemológicas, teóricas y tecnológicas, tal como propuso Jesús Ibáñez (1979: 54) y es aquí donde se identifica el vínculo entre el grupo de discusión con la entrevista en profundidad, técnicas que se caracterizan por ser orales y se ubican como técnicas cualitativas.

Ibáñez considera al Grupo de Discusión como una técnica de investigación estructural, que ha aportado mayor experiencia en España, por ser una perspectiva metodológica concreta y general al mismo tiempo, al igual que la técnica de investigación < encuesta > a la cual ubica como una técnica distributiva, aclarando que cada una tiene una función diferenciada en la práctica.

Como afirma Ibáñez, la técnica de encuesta, surgió en un espacio del desarrollo del capitalismo, bajo una función productiva, como dispositivo práctico en el proceso de producción de agentes sociales que se acoplaran al capitalismo, desde el punto de vista de circulación y producción de cosas. En cam-

bio la técnica de grupo de discusión, surgió en otro momento del desarrollo del capitalismo, bajo una orientación consumista, como dispositivo práctico en el sentido de producir agentes sociales acoplables al capitalismo de consumo, generando con ello una cultura consumista, ambas tuvieron auge durante las tres últimas décadas del siglo XX.

Desde esta mirada, la encuesta "se integra en procesos de manipulación de la incidencia de los fenómenos, y el grupo de discusión en procesos de manipulación de sentido". Esto se puede observar a través de los estudios de mercadotecnia social, concretamente en el área de la política.

En estudios de salud pública, se puede ver cuando las agencias de investigación de mercados, tratan de posicionar productos cuyo uso personal, denota un problema común, propio de un clima tropical como es la micosis, pero públicamente poco aceptado. Es más probable que los agentes sociales aporten mayor información, si se aborda de manera exploratoria a partir del grupo de discusión, que si se aborda en primera instancia a través de la encuesta.

Otro aspecto desde este ámbito es cuando se aplica el Grupo de Discusión a problemas de salud pública relacionados con jóvenes, adolescentes, mujeres, tercera edad, o contingencias emergentes, los cuales aportan información a través del discurso social generado por la interacción entre ellos al interior de dichos grupos de discusión, información que permite reorientar programas de salud, o programas institucionales relacionados con la imagen, con problemas de comunicación, o con problemas de salud concretos, donde los servicios de salud pública tienen que intervenir para dar solución a un problema de salud pública.

El grupo de discusión permite a partir del discurso parcial de los participantes, generar información que puede analizarse en su totalidad, durante y después de su realización, confirmando la aseveración de Ibáñez sobre el "Grupo de Discusión" el cual asume como "Visiblemente una confesión colectiva", pero invisiblemente un instrumento de acoplamiento al capital", que deja inmediatamente de serlo o de parecerlo ya que "el sujeto del enunciado dejará de ser el sujeto de la enunciación,

Ver con mayor detalle en Ibáñez, Jesús. Más allá de la Sociología. El Grupo de Discusión: técnica y crítica. Siglo XXI. Madrid; 1979. p. 19.

para darse una distribución de funciones, donde el objeto de manipulación es un objeto parcial y no total. (1979: 46)

Por otro lado, Krueger afirma que un grupo de discusión puede ser definido como una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área de interés, en un ambiente permisivo, no directivo.

Otros autores como Alonso, E. considera al Grupo de Discusión como una conversación seria, que se propone un fin determinado, distinto del simple placer de la conversación y se caracteriza por tener tres funciones: recoger datos, informar y motivar." (Bingham y Moore, 1941: 6).

En el Proyecto de investigación "Comunicación y enfermería en el contexto latinoamericano", que coordinó quien esto escribe, se asumió el grupo de discusión como: un espacio de producción de realidad, de prácticas comunicacionales en el que no se reproducen mecánicamente ciertas visiones sobre un tema o problema sino que detrás del intercambio de puntos de vista, se dan condiciones de asimetría en la socialización de información así como una base de pensamiento especulativo (sentido común), que impactan la orientación de la interacción y la puesta en común de las individualidades

#### Fundamento Epistemológico y Metodológico

El grupo de Discusión se inserta en el campo de la historia oral cuya producción de discurso es generado a través de un proceso comunicativo dentro de un marco social de la situación de la entrevista colectiva. De esta manera el grupo de discusión es un proceso de determinación de un texto en un contexto, entendiendo este como entorno de la interacción y como conjunto de circunstancias en las que se inserta, siendo en este sentido un campo social en el cual están implícitos sistemas simbólicos, estructuras y prácticas culturales (1979: 137).

La producción de este discurso cara a cara se convierte en la materia prima para el análisis, a su vez éste genera un informe que fungirá como contexto lingüístico para el uso social de sus resultados, donde el proceso comunicativo puede darse de dos formas: una, a partir del orden social de un sistema

Para mayor información consultar Ibáñez, Jesús. Más allá de la Sociología. El Grupo de Discusión: técnica y crítica. Siglo XXI. Madrid; 1979. p. 134-37.

que de manera cerrada se reproduce a través de el, y de manera abierta porque los acontecimientos y las cosas reguladas son generadas por dicho orden social. Y otra, donde no siempre se da el proceso de comunicación, que es cuando lo que cada destinatario emite como fuerza y cada destinatario lo recibe como sentido. Desde este punto de vista, Ibáñez afirma que la emisión es siempre una escritura y su recepción tan solo una lectura, con lo cual se da una incomunicación al semantizarse dichas fuerzas (Ibáñez, 1992: 135).

Por qué y para qué se produce el Grupo de Discusión.

El grupo de discusión, es un constructo comunicativo inserto en la dimensión del lenguaje y puesto en acción a través del habla considerada desde el contexto social como plano de la enunciación, proporciona además un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar.

En este proceso de comunicar se genera un discurso a través de la interacción de tres interlocutores: primero, es el cliente o Institución de salud Pública, el cual se acerca a través del investigador, al mundo simbólico de los entrevistados de forma gradual y escalonada, partiendo de cuestiones amplias al consenso, extraídas de experiencias personales semejantes, de teorías científicas ya elaboradas del cual el parte o de su formación personal como investigador.

El segundo son los Entrevistados, el cual se concibe como actor social, como una persona que construye sentidos y significados de la realidad social, con ambos entiende, interpreta y maneja la realidad a través de un marco complejo de creencias y valores desarrollado por él, para categorizar, explicar y predecir los sucesos del mundo.

El tercero es el objeto de estudio o producto de salud, del cual se genera discurso que guarda estrecha relación entre lo que los agentes sociales o públicos presionan, sobre el cliente y el grupo de discusión y este a su vez, con la demanda del producto, para el cual el cliente o institución de salud pública solicita y presiona al investigador (Ibáñez, 1979: 45).

En este sentido la realización del grupo de discusión se da a través de una serie de actos de habla programados bajo ciertas estrategias con hallazgos previstos e imprevistos, y con acciones gestuales y proxémicas codificadas por el espacio social y físico



en donde participan los tres interlocutores antes mencionados: el cliente, el investigador y el público o las instituciones de salud.

Desde este punto de vista, el grupo de discusión como forma de diálogo social se somete a la regla de la pertinencia, ya que el acuerdo mutuo entre los dos interlocutores permite un discurso multidimensional e induce hacia una reflexividad metodológica de oficio que genera conocimiento, capacidad de mirada sobre el campo que estructura a la entrevista y de escucha activa y metódica (Bourdieu, 1993, pág. 904).

En este entendido la información generada por el grupo de discusión, no es tan solo una respuesta en función de una pregunta sino más bien es una conversación en sí misma como afirma Jesús Ibáñez, la conversación es una totalidad y no la suma de sus partes es más bien la unidad mínima informativa (Ibáñez, 1990: 189).

La interacción verbal por otro lado, como afirma Alonso (1994), es generadora de discurso en los grupos de discusión, se da a partir de una serie de intervenciones del investigador por medio de consignas y comentarios. Las consignas le permiten encaminar y definir el tema o incorporar instrucciones que determinan el tema del discurso del entrevistado y relacionarlo con los objetivos de la investigación, y los comentarios asumidos como explicaciones, observaciones, preguntas e indicaciones favorecen la producción del discurso de manera continua y permiten ajustarlo a los objetivos de la investigación.

Durante la interacción verbal el investigador interviene a partir de actos de habla en tres niveles: Declaración, detonadores y reiteración combinadas con dos registros discursivos el referencial y el modal propios en todo enunciado. En este orden la declaración se asume como un acto por el cual el entrevistado da a conocer su conocimiento sobre el tema de interés del investigador, el detonador parte del investigador hacia el entrevistado para que proporcione la información y la reiteración, es la acción que los entrevistados aceptan, circulando información sobre el detonante enunciado por el investigador.

La combinación de estos actos de habla con el registro referencial, se da como instancia discursiva que identifica y define el objeto del que se habla y el registro modal manifiesta la actitud de los entrevistados o participantes del grupo de discusión respecto al espacio social de referencia (1972: 38).

En este sentido como afirma Galindo, el investigador busca a través del universo social de referencia, co-

nocer el orden social del contexto sociocultural del entrevistado, con lo cual se pueda configurar la representación social que el entrevistado tiene acerca de su realidad social, aspecto que requiere por parte del investigador, de un tiempo previo de reflexión y análisis sobre su propia trayectoria de formación como tal, así como de un espacio de reconstrucción de su individualidad y de su contexto social para construir el sentido del discurso generado a través de los grupos de discusión (Galindo, 1998: 347).

De esta manera el entrevistado parte de su capacidad para dar cuenta de su vivencia individual como informante así como de su experiencia adquirida en un contexto social abierto o cerrado al interior de un sistema social específico que le ha tocado vivir en distintos tiempos y espacios físicos ya sea de manera individual, o colectivo (Galindo, 1998: 75).

#### Metodología y Praxis de los Grupos de Discusión.

##### Aspectos del Diseño:

Así como los médicos para realizar un documental sobre los procesos de investigación de una enfermedad, o realizar un proyecto de investigación, diseñan un protocolo y posteriormente lo validan antes de realizar el trabajo de campo, así el Grupo de Discusión requiere de la planeación de un protocolo específico sustentado en tres fases:

Una, Implicación metodológica del Grupo de Discusión, en la cual destacan tres elementos centrales: uno, el proceso metodológico en el cual están presentes los procesos de asimilación y acomodación esenciales para la reestructuración cognoscitiva de adquisición de conceptos, en la cual el investigador abstrae los conceptos implícitos en las preguntas y subpreguntas de investigación y los respectivos objetivos particulares del marco epistémico, a partir de los cuales que construye los objetivos metodológicos a trabajar en el guión de los grupos de discusión (Bonilla, 2006: 172) mismos que dan cuerpo y sentido al trabajo de campo que se desarrolla en esta Técnica de investigación.

Dos, el estudio de fondo, en el cual se dan tres momentos, uno es el diseño del guión o contenido del Grupo de Discusión (GD), el cual requiere definir con base en los objetivos metodológicos los campos semánticos a investigar y los detonadores que darán la pauta para generar discurso en los participantes a través del GD, esto determinará en un segundo momento bosquejar dentro del universo de informantes potenciales, la muestra de estudio que reúna el perfil idóneo de informantes (15), sobre todo los criterios básicos con los cuales se hará una adecuada selección de las unidades de análisis en términos

de a quiénes, a cuántos, en dónde y cuántas veces será necesario entrevistarlos, así como posibles escenarios tanto espaciales como temporales (Bonilla, 2006: 172), antes, durante, en el desarrollo y después de los GD. y el tercero implica definir los recursos humanos, tecnológicos y materiales con los cuales se contará para realizar el estudio, lo cual permite presupuestar costos y gestión de financiamiento.

Y tres, planeación del trabajo de campo, aquí es clave el oficio y pericia del investigador, este momento hace alusión a los aspectos que considera propios de aplicar en la situación del Grupo de Discusión que van del comportamiento verbal al no verbal, aspectos que tanto la comunicación, la psicología y la sociología han aportado como fuentes disciplinarias.

Entre los aspectos que son importantes considerar en la planeación, para que los Grupos de Discusión sean exitosos Gorden propone siete: táctica del silencio, tácticas de animación y colaboración, tácticas de reafirmar y repetir, tácticas de recapitulación, tácticas de aclaración, Táctica de cambio de tema, y post entrevista. Todas estas tácticas son aportadas por las disciplinas mencionadas al inicio, teniendo cuidado en el caso de los historiadores sobre el estilo de la entrevista y la calidad de la memoria (Gorden, 1975: 89).

#### Aplicación del Grupo de Discusión.

En este orden de ideas la Intervención del investigador al aplicar el Grupo de Discusión ya sea como única fuente de información o con otras técnicas como la encuesta y la Entrevista En profundidad, enriquece la información generada por las dos últimas. Esta parte es clave porque el investigador al momento de realizar el GD tiene que categorizar, revisar y evaluar la información generada por los participantes, buscando siempre la relación de dicha información con los detonadores y los campos semánticos planeados en el protocolo de la Técnica de investigación Grupo de Discusión. Otro aspecto importante es la empatía, que implica la capacidad de ver la situación desde el punto de vista del otro, es por tanto clave para el investigador como habilidad cognoscitiva.

En el desarrollo del Grupo de Discusión está el cuerpo principal de cada campo semántico, así la generación de información en este sentido, se obtiene bajo una estructura de detonadores agrupados los cuales pueden ser abordados de manera abierta sobre el tema en particular, esto implica que cada detonador de un campo semántico sea abordado por los participantes en el orden que venga a su memoria con un nivel de extensión y profundidad

que concluye cuando se identifica redundancia en el mismo, para luego pasar al siguiente campo semántico, con lo cual se descarta desarrollar el Grupo de Discusión bajo formulaciones textuales de preguntas o sugerencia de respuestas.

En la estructura de estos campos semánticos la información generada se torna compleja al derivarse una variedad de elementos que configuran la idea de la percepción del entrevistado hacia el tema en particular, de ahí la importancia de establecer sistemas de categorización apropiados que cubran el espectro de información adecuadamente de tal manera que faciliten su clasificación, análisis e interpretación ya que generalmente hay una vena muy rica y exhaustiva que sustenta la construcción de gramática de argumentos durante la fase de análisis e interpretación de información, de hecho facilita la clasificación de conceptos, variables e indicadores.

#### Análisis de Información o tratamiento del Grupo de Discusión

El Grupo de Discusión como técnica cualitativa no puede aislarse ni omitir los campos semánticos que la vertebraron como tal, más bien tiene como fin concreto comprender el mundo del entrevistado tal y como este lo construye (Ruiz, 1999: 227).

De ahí la importancia de centrar la atención del grupo de discusión en los campos semánticos para reconstruir la experiencia personal que los participantes transmiten y el moderador extrae y que en cierta medida orientan la búsqueda y sistematización de las categorías utilizadas por los participantes, mismas que facilitan al moderador codificar la discusión a manera de palabras, frases o párrafos para ser analizados por este, a partir de una técnica de análisis cualitativa como es en este caso, el análisis del discurso social privilegiando el análisis del discurso argumentativo.

#### Análisis del Discurso Argumentativo

Para abordar el análisis del discurso argumentativo es pertinente abordar la semántica y las condiciones de producción del discurso lo cual se da a partir de la argumentación misma, que se define como un discurso esencialmente finalizado que tiene por objeto intervenir sobre un destinatario individual o colectivo para modificar o reforzar su representación de la realidad (Vignaux, 1978: 260), y se da también a partir del análisis del contexto en que se generó el discurso.

Para Warat la argumentación como proceso cuasi-lógico de esquematización o de "representación" de



la realidad, se sustenta en tres aspectos fundamentales: parte de premisas ideológico culturales, tiene como objetivo intervenir sobre un destinatario y su función esquematizadora de la realidad como proceso de "representación" de la misma (Warat, 1979: 115). En este sentido la argumentación socializa y masifica una forma de pensar o un modelo ideológico general, transmite las representaciones sociales de una persona o personaje sobre una realidad construida por el mismo y también desarrolla un raciocinio que permite simultáneamente llegar a una conclusión aceptable y reforzar la ilusión que la originó.

La argumentación como proceso se inscribe dentro de un contexto social materializado en una institución a través de prácticas sociales que modulan la práctica discursiva de los agentes sociales transformando su ideología, hecho que remite a determinaciones extratextuales del proceso argumentativo (Lascoumes, 1978: 137). Desde esta perspectiva el análisis del discurso argumentativo se da en dos planos complementarios: el sintagmático donde se reconstruye analíticamente el proceso de esquematización de la realidad operada por el discurso. Y el paradigmático en el cual se identifica y explicita el esquema o paradigma ideológico latente a partir del cual se produce el proceso argumentativo. (Giménez, 1983: 168).

En el análisis sintagmático participan dos elementos centrales: los argumentos entendidos como las determinaciones predicativas que definen y dan contenido a los objetos discursivos atribuyéndoles determinados aspectos, características, funciones o propiedades y los objetos discursivos considerados como los grandes tópicos, asuntos o focos del discurso que preceden a los sujetos y predicados del discurso.

De acuerdo a estos elementos, el análisis sintagmático se lleva a cabo a través de tres fases: la primera, es el reconocimiento de argumentos, en el cual se hace un inventario de argumentos de acuerdo al orden en que aparecen en el texto en función de sus respectivos objetos discursivos. La segunda es la explicitación de la gramática de argumentos a través de la selección de argumentos pivotes del discurso para explicitar y diagramar a través de un mapa, las relaciones lógicas que los articula y enlaza. La tercera se refiere a la identificación de las estrategias discursivas, entendidas como la selección y el orden de las operaciones lógicas y modales aplicadas a los argumentos agrupados de acuerdo a sus objetos discursivos (Giménez, 1983: 170).

El análisis paradigmático del discurso argumentati-

vo, permite identificar las representaciones sociales implícitas en la argumentación del informante y que funcionan en el discurso como axiomas preconstruidos que aunque constituyen el presupuesto básico de la comunicación no están destinados necesariamente para ésta. Esta axiomática ideológica guarda relación con lo verosímil bajo diversas modalidades tales como: definiciones implícitas o explícitas distribuidas en el texto, en forma de giros impersonales, en forma de procedimientos de énfasis, como sistema de normas introducidas, como acertos avalados por alguna autoridad, y como presuposiciones (Giménez, 1983: 170).

De acuerdo al análisis del discurso argumentativo propuesto por Gilberto Giménez, se propuso un modelo de análisis con soporte tecnológico trabajado por quien esto escribe desde la segunda generación del Plan de Estudios de la Maestría en Comunicación 1996 y que continúa perfeccionándose con estudiantes de posgrado de diversas disciplinas, el cual siguió varios momentos: En el primer momento se ordenó la información, lo cual implicó respaldar la entrevista grabada, se tituló la carátula con el nombre del entrevistado, el nombre de la técnica de investigación aplicada en este caso el grupo de discusión, así como el lugar y fecha (año, mes, día) de aplicación y el nombre del entrevistador.

En un segundo momento, se transcribió el discurso de los informantes tal cual respetando y procurando no soslayar los aspectos emocionales y gramaticales que se mostraron en la expresión oral de los informantes, logrando de este modo recuperar el constructo y sentido discursivo de los mismos, utilizando para esto el programa de software Word. Se hizo primeramente una lectura (escucha) del grupo de discusión para validar la participación de los participantes, el texto del discurso y el contexto en el cual se generó, así como la participación del moderador.

En el tercer momento se separaron los párrafos del discurso en frases cortas, procurando que tuvieran lógica y sentido, mismas que fueron importadas a una matriz diseñada en el paquete informático Excel, la cual permitió analizar la información generada a través de los elementos propios del grupo de discusión. Así, las frases cortas configuraron los sujetos y predicados del discurso, identificándose en ellos por un lado, los objetos discursivos que hacen referencia a personajes, o figuras que generalmente son pocos y relacionados entre si y que requirieron de un nivel de abstracción cognitiva por parte del investigador.

Por otro lado, se identificaron los tópicos extraídos de los sujetos y predicados, éstos hacen referencia al que se dice de los objetos discursivos. De esta forma,

a partir de los objetos discursivos y los tópicos, el investigador construyó los argumentos de acuerdo al constructo y sentido existente entre los objetos discursivos y los tópicos (Bonilla, 2005:11).

Finalmente la matriz de análisis argumentativo con apoyo del paquete tecnológico Excel del cuarto momento, quedó configurada con elementos del marco epistémico, con objetivos metodológicos del protocolo del paquete tecnológico-metodológico, con elementos propios del grupo de discusión como son campos semánticos y detonadores, así como con elementos del análisis argumentativo: sujetos y predicados, objetos discursivos, tópicos, argumentos, gramática de argumentos o mapas ideológicos del discurso de los agentes sociales participantes como puede verse en la tabla No.1.

El cuarto momento, se trabajó con una segunda matriz en la cual se agregaron dos columnas más: La primera permitió agrupar los argumentos por objetos discursivos, seleccionando aquellos de mayor significación en el discurso del informante, trabajando para ello, los objetos discursivos de manera exhaustiva, eliminando repeticiones y seleccionando los más significativos para identificar categorías analíticas generadas por el discurso de los informantes. La segunda columna permitió construir la gramática de argumentos o mapa ideológico de los entrevistados, que permitió identificar las representaciones sociales construidas por los entrevistados acerca del objeto de estudio de este caso. Ver tabla No.2.



**TABLA 1: MATRIZ DE ANALISIS ARGUMENTATIVO**  
ELIZABETH BONILLA LOYO ©DERECHOS RESERVADOS

Lugar de Aplicación:			Fecha de Aplicación:			No. GD:		
Nombre de Informante:			Sexo:	Edad:	Escolaridad:	NSE:		
Fecha y Hora	No. Párr.	Subpregunta de Investigación	Campo Semántico	Detonadores	Objeto Discursivo	Sujetos y Predicados	Tópicos	Argumentos

**TABLA 2: MATRIZ DE ANALISIS ARGUMENTATIVO**  
ELIZABETH BONILLA LOYO ©DERECHOS RESERVADOS

Lugar de Aplicación:		Fecha de Aplicación:		No. EEP:	
Nombre de Informante:		Sexo:	Edad:	Escolaridad:	NSE:
Análisis Argumentativo		Gramática de Argumentos o mapas Ideológicos			
Objeto Discursivo	Argumentos				

Fuente: Diseño Propio.

De esta manera, el análisis argumentativo con apoyo de esta matriz permitió analizar e interpretar información generada en sesiones de grupo de discusión, en investigaciones relacionadas con la mercadotecnia, en particular en estudios exploratorios para indagar actitudes y comportamientos sobre productos de tipo micótico, con la finalidad de obtener información específica y construir así un instrumento cuantitativo como es el cuestionario para medir opiniones.

**A manera de conclusión**

Queda asentada la diferencia entre el Grupo de Discusión y la encuesta. En el primero lo importante es la circulación de discursos. Discursos que adquieren su máximo valor como representación simbólica del grupo frente al fenómeno social estudiado y, por lo tanto, expresan el ideal del grupo ante tal fenómeno. El discurso no es percibido tanto como un instrumento en la situación social inmediata, como ocurre en la observación participante, ni como la confesión de una norma que trata de salir a la luz, como en la entrevista estructurada, sino que viene a ser el espacio de circulación de discursos que adquieren su máximo valor como representación simbólica del grupo frente al objeto de estudio abordado. (Bonilla, 2006, pág. 15)

De esta manera, trabajar con el grupo de discusión es el equivalente a un contrato de reflexión. El grupo se refleja, como grupo social en la sociedad, representado por el moderador, el único diferente a ellos. A su vez, el moderador se compromete a actuar como un espejo, a devolver al grupo el discurso producido por el grupo, se convierte prácticamente en un facilitador del discurso en los participantes del grupo de discusión.

La encuesta en cambio, puede trabajar tanto con datos objetivos como subjetivos, los primeros refieren a hechos o a la descripción de cualidades de personas u objetos en tanto que los segundos refieren a opiniones o actitudes de los sujetos. Los datos objetivos en la encuesta son obtenidos de forma indirecta, al ser el encuestado quien informa sobre hechos, contextos sociales o acontecimientos incorporados a través de su propia experiencia y que sólo el puede brindar, conocimiento que es ajeno al investigador.

Los datos subjetivos por otro lado se obtienen preguntando a los encuestados sobre valores, actitudes, comportamientos y campos de representación de los encuestados, aspectos medidos en general por la mercadotecnia y que busca explicar sobre comportamientos subjetivos. De esta forma, el objetivo de la encuesta puede tener tanto una finalidad de transcripción como de descubrimiento o de comprobación.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Bonilla, Loyo, E. (2008) Comunicación, empoderamiento e identidad social de la enfermería en el contexto latinoamericano. 2008-2010, Revista electrónica Razón y Palabra.  
 Gorden, R. (1975) Interviewing. Strategy, techniques and tactics, homewood Illinois: Dorsey press.  
 Stewart, David W., Shamdasani (1990) Focus group. Theory and practice. Londres: Sage  
 Ruiz, Olabuina e Izpizua (1989). La Decodificación de la vida cotidiana. Métodos de Investigación Cualitativa. 2 ed. Bilbao: Universidad de Deusto  
 Piaget, J. (1978) Tratado de lógica y conocimiento científico. Editorial Paidós. 1ª edición, Buenos Aires.  
 Patton, Michael Q. (1990) Qualitative Evaluation and Research Methods. London: Sage  
 Roethlisberger, F. J. y Dickson W. J. (1938) Management and the Worker, Cambridge, MA: Harvard University Press.  
 Rogers, Carl. (1942) Counseling and Psychotherapy. New York. Houghton Mifflin  
 Krueger, Richard. (1991) El Grupo de Discusión. Guía Práctica para la Investigación Aplicada. Madrid, España, Ediciones Pirámide, S.A.  
 Ibáñez, Jesús. (1979) Más allá de la Sociología. El Grupo de Discusión: técnica y crítica. Madrid, Siglo XXI.  
 Segal, H. (1972) Introducción a la obra de Melanie Klein. Buenos Aires, Paidós.