

PRISMA SOCIAL N°20

LA COMPETENCIA MEDIÁTICA DE LA CIUDADANÍA EN MEDIOS DIGITALES EMERGENTES

MARZO 2018 | SECCIÓN TEMÁTICA | PP. 21-39

RECIBIDO: 12/1/2018 – ACEPTADO: 1/3/2018

DISPOSITIVOS MÓVILES –SMARTPHONES & TABLETS– Y COMUNICACIÓN EN FAMILIA

DISEÑO DE UN FOCUS GROUP

MOBILE DEVICES
–SMARTPHONES & TABLETS–
AND COMMUNICATION IN FAMILY
DESIGN OF A FOCUS GROUP

NATALIA GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ / GONZALEN@UNICAN.ES
FACULTAD DE EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD DE CANTABRIA, ESPAÑA

IRINA SALCINES-TALLEDO / SALCINESI@UNICAN.ES
FACULTAD DE EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD DE CANTABRIA, ESPAÑA

ANTONIA RAMÍREZ-GARCÍA / A.RAMIREZ@UCO.ES
FACULTAD DE EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA, ESPAÑA



ESTE TRABAJO SE HA ELABORADO EN EL MARCO DE ALFAMED (RED INTERUNIVERSITARIA EUROAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN COMPETENCIAS MEDIÁTICAS PARA LA CIUDADANÍA), CON EL APOYO DEL PROYECTO I+D+I COORDINADO «COMPETENCIAS MEDIÁTICAS DE LA CIUDADANÍA EN MEDIOS DIGITALES EMERGENTES (SMARTPHONES Y TABLETS): PRÁCTICAS INNOVADORAS Y ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS EN CONTEXTOS MÚLTIPLES» (EDU2015-64015-C3-1-R) (MINECO/FEDER), Y DE LA «RED DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA» DEL PROGRAMA ESTATAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA-TÉCNICA DE EXCELENCIA, SUBPROGRAMA ESTATAL DE GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO (EDU2016-81772-REDT), FINANCIADOS POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) Y MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA.



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

En este artículo se trata de justificar la pertinencia del *focus group* en una investigación centrada en el reconocimiento y la promoción de prácticas innovadoras y estrategias educomunicativas que favorezcan la competencia mediática de la ciudadanía en medios digitales emergentes. El objetivo general consiste en elaborar una aproximación teórica sobre los dispositivos móviles y la comunicación en las familias, la justificación de la aplicación de un *focus group* como técnica y su diseño. Es decir, en base a una metodología de corte cualitativo y, a partir de la técnica de grupos focales, se explora la percepción familiar sobre el conocimiento, uso y repercusiones de los dispositivos móviles en la comunicación familiar, haciendo conscientes a los integrantes de cada sistema familiar de su influencia. El guion se estructura en torno a siete categorías: identificación, comunicación-relaciones, rutinas-hábitos, normativa-regulación de uso, autonomía vs dependencia y autoridad, privacidad y valores y, uso pedagógico-cívico. Con esta técnica se favorece, que cada participante exprese sus percepciones, comente su vivencia e interacción familiar a través de dichos dispositivos, estableciendo un acercamiento personal con las familias objeto de estudio. El resultado final de este trabajo, muestra el diseño validado del guion de un *focus group* dirigido a familias españolas.

PALABRAS CLAVE

Competencia mediática; Comunicación familiar; Dispositivos móviles; Smartphones; Tablets; Focus group.

ABSTRACT

The aim of this paper is to justify the relevance of the focus group in a research focused on the recognition and promotion of innovative practices and educommunicative strategies that favor the mediatic competence of citizens in emerging digital media. The main objective is to develop a theoretical approach on mobile devices and communication in families, the justification of the application of a focus group as a technique and its design. That is, based on a qualitative methodology and, based on the technique of focus groups, the aim is to explore the family's perception of the knowledge, use and repercussions of mobile devices in family communication, making the members aware of each family system of its influence. The script is structured around seven categories: identification, communication-relationships, routines-habits, regulation-regulation of use, autonomy Vs dependence and authority, privacy and values, and pedagogical-civic use. With this technique, each participant is encouraged to express their perceptions, comment on their experience and family interaction through these devices, establishing a personal approach with the families under study. Results of this work shows the validated design of the script of a focus group aimed at Spanish families.

KEYWORDS

Media competence; Mobile devices; Smartphones; Tablets; Focus group.

1. INTRODUCCIÓN

Familia y dispositivos móviles, como el *smartphone* o la *tablet*, forman un duplo aceptado como fusión indisoluble por muchas familias españolas, lo que supone un reto para la Pedagogía de nuestro tiempo: estudiar las repercusiones que dichos dispositivos están teniendo en la comunicación intrafamiliar, para ayudar a construir lo que ya Froufe (1998) denominó Pedagogía de los Medios. Es decir, contribuir a crear un modelo comunicativo familiar basado en la competencia mediática de sus miembros.

El trabajo que aquí se presenta tiene por objeto describir y sustentar el *focus group* como técnica de recogida de datos cualitativa y, su pertinencia en una fase concreta enmarcada dentro de un proyecto de investigación mucho más amplio: «Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes (*smartphones* y *tablets*): practicas innovadoras y estrategias educucomunicativas en contextos múltiples».

La mencionada investigación, en uno de sus objetivos, persigue conocer la competencia mediática que tienen las familias españolas en medios digitales como los *smartphones* y *tablets*. En este sentido, el *focus group* constituye una técnica de investigación idónea para captar las percepciones de la familia sobre el significado de tal competencia en la comunicación del sistema familiar.

Partiendo de una visión metodológica cualitativa, se contribuye al desarrollo de una mirada más profunda sobre el objeto de análisis, al favorecer una situación y actitud del entrevistado, basada en el cuestionamiento del propio conocimiento. Dichos aspectos son fundamentales para aprender de la realidad social sobre la que se quiere centrar el estudio, la familia, asumiendo que es el equipo investigador quien construye el guion y establece la manera de mediar.

En esta etapa de la investigación por tanto, se pone el énfasis en la comprensión y construcción de significados conjuntos, para indagar en las percepciones que las familias españolas tienen respecto a su comunicación interna, una vez asumidos los dispositivos móviles como parte del sistema comunicativo familiar. Se trata de diseñar un instrumento diagnóstico que permita profundizar sobre cómo se comunican a través de ellos, qué rutinas se han creado alrededor de los dispositivos móviles, cómo regulan su uso y para qué los utilizan habitualmente.

Teniendo en cuenta la naturaleza y pretensión de esta fase del estudio, se opta por el *focus group* como técnica más pertinente para obtener información de esta índole y así poder construir un guion dirigido a una muestra heterogénea de familias españolas.

1.1. UNA APROXIMACIÓN A LOS ORÍGENES DEL FOCUS GROUP

El surgimiento del *focus group* se remonta a los años treinta del siglo XX en EEUU, cuando comienzan a extenderse las entrevistas grupales como técnica de indagación en estudios sociológicos. La formalización de dicha técnica en investigación cualitativa, tiene lugar con el trabajo pionero del sociólogo norteamericano Robert King Merton, durante las décadas del treinta y cuarenta, formalizando sus ideas en el trabajo de Merton, Fiske y Kendall (1956), que es considerado el punto de partida de la descripción y sistematización del *focus group* como técnica de investigación cualitativa.

Hay muchas definiciones en la literatura especializada sobre la utilidad y beneficios de los *focus group*, tres de ellas son las de (Krueger y Casey, 2009) los *focus group* son un tipo especial de agrupamiento, en términos de propósito, tamaño, composición y procedimientos; Kitzinger (1995) que lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Y Martínez-Miguel (1996), para el que el grupo focal es un método de investigación colectivista, que se centra en la pluralidad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, en un breve periodo temporal.

Profundizando en la conceptualización del término, hay autores (Callejo, 2009; Gutiérrez, 2011) que critican la idea reduccionista de identificar esta técnica como una forma más abierta y menos directiva del genérico *focus group* anglosajón y, plantean romper dicha vinculación e identificación a partir de dos consideraciones fundamentales (Gutiérrez, 2011):

1. Que el grupo de discusión muestra originales e importantes diferencias epistemológicas, metodológicas y técnicas con el *focus group* y, que dichas diferencias permiten atribuir una identidad propia al grupo de discusión y una «denominación de origen hispanoamericana» al margen y en contra del marcado carácter positivista que identifica al *focus group*.
2. Que una de las diferencias que más identifica y distingue al grupo de discusión es precisamente su carácter de técnica concreta e inconsistente en la práctica, lo que en cierta forma ha contribuido y sigue contribuyendo a mantener la idea del grupo de discusión como una especificidad grupal necesitada de la referencia práctica del *focus group*. (p.106).

Es decir, frente al grupo de discusión, un *focus group* presenta una conducción más directiva, parte de la conformación de un grupo heterogéneo, aunque consensuado previamente en torno al tema objeto de análisis, el moderar estimula y va por delante haciendo hablar al grupo sobre el foco de la entrevista grupal.

Como ventajas y desventajas en el empleo del *focus group* autores como (Barrios y Costell, 2004; Edmunds, 1999; Gavin, 2008; Kotler y Armstrong, 2001), afirman que, las entrevistas de grupo son ventajosas porque, pueden ofrecer información fiable a menor coste que las técnicas de investigación tradicionales, pueden generar nuevas ideas o conexiones en base a comentarios que pasarían desapercibidos en técnicas cuantitativas de preguntas cerradas, aportan información sobre cómo las personas atribuyen significados respecto de un tema, idea o concepto y, funcionan como una excelente herramienta en estudios exploratorios, fisionable con otras técnicas cuantitativas. Como desventajas, resaltar la posibilidad de que los asistentes no expresen sus opiniones sinceras por sentirse reacios a expresar sus pensamientos, si son opuestos a las opiniones de otro miembro del grupo, la necesidad de contar con moderadores muy entrenados y, en algunos casos, la dificultad para sintetizar la gran cantidad de información recogida, que a su vez no puede ser extrapolada al comportamiento de grupos mayores.

En la actualidad, los *focus group* según Ivankovich-Guillén y Araya-Quesada (2011), son utilizados por las aportaciones que representan en la obtención profunda de información, propiciando una comprensión mayor de las opiniones, actitudes y creencias hacia productos, servicios

o dispositivos, desde la percepción de los usuarios. Y como técnica cualitativa, que mantiene estrictos controles y pasos en su realización (Barrios y Costell, 2004) garantiza la obtención de información de calidad, que unida posteriormente a otros resultados cuantitativos, puede permitir ampliar la comprensión del fenómeno para la toma de decisiones en un contexto socio-educativo.

En este artículo, se presenta el diseño validado de un *focus group*, destinado a la comprensión de la comunicación que las familias españolas establecen a través de los dispositivos móviles y el impacto que estos han generado en las dinámicas y relaciones familiares, con la finalidad de perfilar estrategias para el desarrollo de políticas educativas y sociales que asuman la importancia de desarrollar los valores de la institución familiar y el tratamiento guiado-informado de la inserción tecnológica en la sociedad, una vez se implemente el *focus group* y se analicen la información recogida de toda la muestra participante.

1.2. DISPOSITIVOS MÓVILES Y COMUNICACIÓN EN LAS FAMILIAS

Para precisar el marco de interpretación en el que nos movemos vamos a definir los términos básicos que se manejan en este trabajo: dispositivos móviles, familia y comunicación.

1.2.1. Dispositivos móviles

Los dispositivos móviles, como *smartphones* y *tablets*, son los principales impulsores del cambio en la manera de relacionarse entre los seres humanos y las organizaciones en las últimas décadas, de ahí que desde la investigación educativa, analicemos conjuntamente con las familias españolas, su trascendencia y utilidad comunicativa real, en una sociedad donde las personas cada vez deben ser más activas en el proceso de interacción y construcción del conocimiento (García, 2009; Fombona, Goulao y García, 2014).

Los últimos informes publicados, destacan cómo los usuarios prefieren los dispositivos móviles para acceder a internet, siendo un 94.6% de los españoles los que utilizan el *smartphone* (Informe Ditrendia, 2017), y el 41.5% la *tablet* (Fundación Telefónica, 2017).

El *Estudio de uso y actitudes de consumo de contenidos digitales* (Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, 2017) muestra que la mayor parte del consumo de contenidos digitales se realiza a través del *smartphone*. Cabe mencionar como la visualización de fotos digitales es la primera actividad que se realiza con un 71.6%, seguida del uso de aplicaciones 67.1%, lectura de noticias en Internet (66.2%), utilización de RRRS (60.1%), visionado de películas o series (59.5%), escuchar música (58.1%), lectura de webs (55.4%), uso de programas para compartir ficheros (32.2%), leer e-Book (23.5%), jugar a videojuegos (23.3%), cursos y formación (20.3%) y compartir contenidos (19.8%). En casi todos los tipos de consumo son más los hombres usuarios que las mujeres. Los usuarios más intensivos son los jóvenes entre los 16 y 24 años, seguidos de los que tienen edades comprendidas entre 25 y 34 años.

El estudio *Menores de Edad y Conectividad Móvil en España*, publica que los menores de dos y tres años acceden de forma habitual al terminal de sus progenitores manejando aplicaciones infantiles de juegos, música, actividades y vídeos (Cánovas, 2014). Si en lugar de uso, se alude a propiedad, la última encuesta del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2016) sobre

Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, indica que el 25.4% de los menores españoles de 10 años tiene un móvil, ese porcentaje llega hasta un 50.9% a los 11 y esta cifra sigue creciendo hasta que a los 15, llega casi al 93.9%. El descenso en la edad de inicio del uso de los móviles inteligentes no es un fenómeno exclusivo de España, pero sí tiene una incidencia especial, donde la tasa de menores con *smartphones* es la mayor de Europa, y equiparable a la de EEUU.

Por su parte, el Informe de la investigación *Net Children Go Mobile. Riesgos y oportunidades en Internet y uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015)* (Garmendia, Jiménez, Casado y Mascheroni, 2016) ha evidenciado que los *smartphones* son los dispositivos que más frecuentemente poseen los niños y niñas de todos los grupos de edad (63%), seguidos de las *tablets* (36%), los ordenadores portátiles (26%), las consolas (28%) y otros dispositivos portátiles (16%). La posesión de *smartphones* está particularmente vinculada a la edad, con el 35% de los niños y el 43% de las niñas de entre 9 y 12 años que afirman poseer uno frente al 91% y 88% de los chicos y chicas de 13 a 16, respectivamente.

Por término medio los menores tuvieron su primer teléfono móvil con diez años, después de iniciarse en el uso de Internet. Este momento suele coincidir con un evento importante como puede ser el cumpleaños (Ahad y Anshari, 2017) o la celebración de la primera comunión o hecho no religioso alternativo. Por tanto, los menores usan Internet y *smartphone* a edades cada vez más tempranas, no solo en España, sino en cualquier país del mundo, generando una nueva cultura táctil que hay que incluirla como medio educativo (Ferri y Moriggi, 2017). El *smartphone* «es un objeto de consumo y de deseo que está presente en todos los estratos sociales» (Verza y Wagner, 2010, p. 61) y los niños y niñas lo quieren porque consideran que es el mejor instrumento de comunicación, seguridad, emergencia y un símbolo de estatus (Ahad y Anshari, 2017). Esta situación genera transformaciones en las relaciones familiares.

1.2.2. Familia

La familia como sistema fundamental en cualquier entramado social, ha sido objeto de múltiples análisis a lo largo de la historia, siendo 1994, año declarado por la UNESCO como «Año Internacional de la Familia», cuando se registra el mayor número de investigaciones.

Las transformaciones que ha experimentado la familia en el mundo occidental, constituyen una de las expresiones más importantes del cambio social contemporáneo. Pero la complejidad de las familias en las sociedades occidentales es tal, que se hace difícil llegar a una definición que recoja la variedad de modelos, Bilbao (2002), catalogó más de 56 formas de ser familia. Está claro que el modelo de «familia nuclear», ha ido cediendo lugar a una creciente diversidad de formas y estilos de vida familiar (UNICEF, 2003), encontrándonos hoy en día, diferentes modelos que alteran los parámetros con los que se entendía la vida, estructura y comunicación familiar hace cuarenta años. Las variaciones demográficas y sociológicas actuales ofrecen una pista de los cambios en la estructura familiar que llevan a una composición cada vez más heterogénea de los hogares, ampliando la tipología de familias hasta llegar a hablar de familias monoparentales, reconstituidas, extensas, polinucleares y mosaico, entre otras.

La constitución de la familia para autores como Crespo Comesaña (2011), asume la formación de un grupo de personas que conviven o comparten vínculos afectivos, de sangre o apellidos. Es algo más que una organización de individuos que coopera entre sí, se trata de una comunidad, donde las relaciones entre miembros tienen un profundo carácter afectivo. Es decir, no es tan solo una estructura formada por personas unidas por lazos de parentesco y reforzados por una convivencia, sino que según Palacios, Polo del Río, Castaño, León del Barco y Fajardo (2013) se trata de una forma de vivir en intimidad y de compartir responsabilidades económicas, sociales y emocionales.

Parece evidente que la pervivencia de la familia a lo largo de los años, se ha visto favorecida debido a que cumple importantes funciones en el desarrollo físico, intelectual y emocional de sus miembros. Por otro lado, el hecho de haber relegado al pasado los modelos de configuración y organización familiar, con una fuerte y rígida división de roles entre hombre y mujer, y entre padres, madres, hijos e hijas, ha originado cierta incertidumbre sobre las normas a seguir en la educación de las siguientes generaciones (Bas Peña y Pérez de Guzmán, 2010). En los últimos años, muchas familias españolas se preguntan qué deben hacer, cómo deben actuar, ante las nuevas situaciones que se presentan en los hogares (De Jorge Martínez, 2012) ya que la forma en la que ellos fueron educados, no resulta aplicable al momento presente.

Existe una amplia literatura que analiza los cambios producidos en el modelo de familia durante el último siglo y sus efectos en el sistema de valores, comunicación, ideas y normas de la vida cotidiana. Uno de estos cambios lo constituye la forma en que la familia cede sus competencias educativas a otras instancias socializadoras, como centros educativos, amistades, medios y redes de comunicación social, los cuales ejercen gran influencia positiva y negativa en su desarrollo (Bas Peña y Pérez de Guzmán, 2010). Es decir, en las familias actuales los progenitores biológicos están perdiendo importancia, dado que su posición no determina el futuro de los descendientes y, su espacio en la vida pública, no garantiza una mayor dotación de recursos y habilidades que hagan a sus hijos e hijas más competentes (Garzón, 2014). Hace medio siglo, padres y madres podían transmitir una profesión a sus menores, ahora los hijos e hijas pueden instruirlos a ellos y, no solo en materia tecnológica. Aunque resultan positivos, los encuentros de intercambio de «modelos experienciales» entre grupos de padres y madres posibilitan que, entre todos, cuenten con un potencial de recursos y destrezas que resultan de gran utilidad para afrontar los vertiginosos cambios socio-económicos, culturales y tecnológicos (Orte, Ballester y Mach, 2013; Rodrigo, Maíquez y Martín, 2010; Torío, Peña, Rodríguez, Fernández, Molina, Hernández e Inda, 2013).

Por último, pero no menos importante, hay que reconocer que la familia es un ente dinámico en continua evolución y adaptación a los cambios sociales, económicos y tecnológicos, que va co-construyendo una cultura común entre sus miembros, otorgando sentido a las decisiones que habrán de tomar en el presente y en el futuro.

1.2.3. Comunicación

La comunicación es un tema que siempre ha despertado gran interés en pedagogos, investigadores, docentes y, actualmente más que nunca, también la familia está interesada en dominar

competencias mediáticas y estrategias comunicativas, que les permitan construir entre los miembros de la familia cimientos sólidos como base para unas relaciones afectivas sanas.

Presentar una revisión profunda del término comunicación, conllevaría retrotraernos a la Grecia clásica cuando Aristóteles definía la retórica y sus componentes –locutor, discurso y oyente–, dicha revisión no es objeto principal de este trabajo, por ello destacamos únicamente la conceptualización de Martín Algarra (2003), que describe la comunicación como una herramienta social, orientada al otro, a afectar a alguien distinto al yo, caracterizándose por ser humana, social, referencial, compleja y presente.

Al conceptualizar, resulta interesante diferenciar entre términos adoptados habitualmente como semejantes cuando nos referimos a la comunicación, tal es el caso de «informar» y «dialogar». Basándonos en las aportaciones del profesor Uña (2000), «informar» es un proceso de carácter vertical ejercido desde el poder del emisor sobre los receptores, para guiar y modelar su conducta, hasta la obediencia. En el caso de la familia, este proceso no crea un auténtico espacio común para el intercambio comunicativo. Y, por otra parte, «dialogar» es un proceso de carácter horizontal en el que los actores intercambian permanentemente sus papeles, de forma que el emisor se convierte en receptor y viceversa durante el transcurso del diálogo. El fin del proceso es el conocimiento mutuo y la creación de un espacio común de comprensión. Para los miembros de una familia supone la posibilidad de no quedarse al margen de las otras esferas sociales de la vida de cada uno.

Por tanto, es importante que entre los miembros de la familia, puedan desarrollar una comunicación efectiva y afectiva (Ceballos, 2009), mediante un diálogo abierto porque ayuda a conformar ideas y opiniones sobre sí mismos y el entorno, en base a la experiencia y, no solo a la información que llega mediante medios de comunicación y dispositivos, gestionados tal y como afirma Ferrés (2013), por agentes persuasores que, para seducir y convencer ya no recurren a informaciones sino a sensaciones, a emociones primarias y, en este ámbito las nuevas generaciones son totalmente analfabetas.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este artículo es presentar el proceso seguido para el diseño y la validación de una herramienta cualitativa, concretamente, el guion de un *focus group*, para profundizar en el conocimiento, uso y repercusiones de los dispositivos móviles en la comunicación familiar.

3. METODOLOGÍA

3.1. PROCEDIMIENTO

Todo instrumento de recogida de datos, tanto si es cuantitativo como si es cualitativo, debe cumplir con ciertos requisitos que aseguren su calidad y rigor científico. La validez, definida como el grado en que un instrumento mide realmente lo que pretende medir (Ruiz, 2003), cuando se refiere a técnicas de recogida de datos cualitativas, se asegura, a través de la validez de con-

tenido, evaluando el grado en el que las preguntas propuestas son representativas y relevantes en relación con el contenido sobre el que se desea recoger información.

En esta investigación se ha diseñado un *focus group ad hoc*, como técnica cualitativa para la recogida de datos. El proceso seguido para la construcción de la plantilla de preguntas definitiva, a responder a través del *focus group*, siguiendo a Suárez (2005), se recoge a continuación.

En primer lugar, en la «Fase exploratoria», se realizó una reflexión y se redefinió el problema de investigación al que se trataba de dar respuesta a través del estudio, en este caso, ¿Cómo está influyendo la presencia y uso de dispositivos móviles en las dinámicas comunicativas familiares?

Seguidamente, durante la «Fase de preparación» se revisó la literatura existente sobre la temática y problema de investigación y, en paralelo, la literatura sobre los *focus group* como técnica de investigación cualitativa. De tal manera, que se comenzaron a tomar decisiones sobre el diseño e implementación de la técnica. Concretamente, se decidió que los *focus group* se iban a aplicar por todo el territorio nacional, y que el número adecuado de personas para cada uno de los encuentros ha de ser en torno a seis participantes. De igual modo, en esta fase, se diseñó el primer guion semiestructurado con preguntas a las que dar respuesta en los *focus group*, teniendo en cuenta los grandes categorías sobre los que debían configurarse (comunicación, rutinas y hábitos, normativa-regulación, autonomía-dependencia, privacidad, uso pedagógico).

Posteriormente, la «Fase de validación de contenido» trató de asegurar la idoneidad y relevancia de las preguntas seleccionadas. El guion fue sometido a juicio de expertos que, tal y como plantea Utkin (2006), es una técnica muy usual para la validación de contenido. El juicio de expertos se define como una opinión informada de personas con una importante trayectoria en el tema objeto de valoración, y que son seleccionadas por otros investigadores, al reconocer su cualificación (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008). Para asegurar la buena realización de un juicio de expertos hay que seguir una serie de pasos, tal y como proponen Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008), uno de los ellos, es el diseño de una plantilla que guíe la valoración por parte de los jueces expertos. En esta investigación, se diseñó una plantilla para dicha finalidad (Ver Anexo 1).

Por último, en la «Fase de aplicación piloto», antes de realizar el trabajo de campo en las diferentes provincias españolas, se realizó una primera aplicación de la herramienta, que permitió comprobar su pertinencia y utilidad. La aplicación piloto del *focus group* se realizó el 15 de noviembre de 2017 en una provincia española.

3.2. MUESTRA

Fueron seleccionados 6 jueces expertos, para la realización de la validación de contenido de la herramienta. Los criterios seguidos para la elección de los jueces, fueron los señalados por Skjong y Wentworht (2000). En primer lugar, la experiencia en la realización de juicios de valor y toma de decisiones; en segundo lugar, la reputación científica reconocida en la temática; en tercer lugar, la disponibilidad y motivación para participar en la valoración; y en cuarto y último lugar, la imparcialidad.

De igual modo, fueron 6 personas las que participaron en la aplicación piloto del *focus group*, que fue guiado por una de las investigadoras participantes como moderadora. En este caso, se trató de buscar la heterogeneidad respecto a las características familiares de cada persona en relación a la composición familiar y el nivel socioeconómico y educativo. En la siguiente tabla se recogen los datos de los participantes en el *focus group* piloto.

Tabla 1. Características de las personas participantes en la aplicación piloto del *focus group*

SUJETO	SEXO	FORMACIÓN	MODALIDAD FAMILIAR	NÚMERO DE HIJOS	OCUPACIÓN LABORAL
1	Mujer	Licenciada en Telecomunicaciones	Nuclear	3	Funcionaria
2	Mujer	Bachillerato	Reconstituida	1	Trabajador por cuenta ajena
3	Hombre	Formación Profesional Superior	Nuclear	1	Trabajador por cuenta ajena
4	Hombre	Formación Profesional Media	Extensa	2	Autónomo
5	Mujer	Diplomada en Magisterio	Monoparental	2	Funcionaria
6	Hombre	Formación básica	Nuclear	1	Jubilado

Fuente: elaboración propia

3.3. INSTRUMENTO

Se presenta una guía inédita de preguntas para la realización de un *focus group*. La versión final del instrumento consta de ocho grandes categorías, cada uno de ellas con diferentes preguntas como se recoge en la Tabla 2. La guía de preguntas es un referente, pero se dará cabida a otros temas relevantes que emerjan en el transcurso de la conversación entre los participantes.

Para llegar a esta versión definitiva del instrumento, se siguió un largo proceso de validación y se realizó la aplicación piloto, tal y como se detalla en el siguiente apartado.

Tabla 2. Guía de preguntas para el focus group

I. DATOS IDENTIFICATIVOS	V. AUTONOMÍA VS DEPENDENCIA Y AUTORIDAD
1. ¿Cuántas personas conviven en el hogar? 2. ¿Cuántos hijos/as tenéis? 3. ¿Qué edad tienen cada uno de vuestros hijos/as? 4. ¿Cuántos de los miembros del hogar disponen de dispositivos móviles, como smartphones o tablets? ¿Compartís alguno de estos dispositivos? ¿Cuáles?	1. ¿Cómo se autorregulan vuestro/s hijo/a/s en el uso del smartphone y la tablet? (Es decir: organizan el tiempo uso, selecciona la tarea para la que lo quiere utilizar) 2. ¿Consideráis que vuestro hijo/a tiene dependencia de estos dispositivos? ¿En qué actitudes o comportamientos lo detectáis?
II. COMUNICACIÓN-RELACIONES 1. El uso de estos dispositivos, ¿ha cambiado vuestra comunicación entre los miembros del hogar? ¿De qué modo? ¿Positiva o negativamente? 2. Explicad en qué sentido ha afectado a las relaciones familiares –en las formas de comunicación– el uso de estos dispositivos (relaciones paterno-filiales y de pareja) 3. ¿Qué opináis sobre la influencia de los dispositivos móviles en el vocabulario y expresiones que utilizan vuestros hijos/as para comunicarse? ¿Cómo actuáis al respecto? 4. ¿Para qué tipo de comunicaciones utilizáis el Smartphone y/o tablets? (conversaciones largas; mensajes cortos sobre horarios o temas prácticos; etc.) 5. ¿A qué personas van destinados la mayor parte de vuestros mensajes enviados por el Smartphone y/o tablets? (Hijos/as, pareja, compañeros de trabajo, amigos...)	3. ¿Qué sensaciones os genera cuando percibís que vuestro/s hijo/a/s está/n siempre pendiente de llamadas y de WhatsApp? ¿Cómo respondéis vosotros ante esta realidad en la que vuestros hijos/as necesitan estar permanentemente conectados? 4. ¿Si en alguna ocasión os habéis visto en la necesidad de limitar a vuestro hijo/a el tiempo de conexión a Internet o de juego mediante el smartphone o la tablet, por qué motivos y situaciones ha sido? 5. ¿En qué situaciones consideráis que está más o menos justificado el tiempo que pasáis utilizando los dispositivos móviles? ¿Describir situaciones en las que penséis que vuestro uso del smartphone o la tablet, es coherente (o incoherente) con lo que transmitís verbalmente a vuestros hijos/as? 6. ¿En qué sentido creéis que vuestra autoridad se puede ver perjudicada con la incorporación de los dispositivos móviles en la familia? (desobediencia, cuestionamiento, protesta) 7. ¿En qué situaciones, contextos, contenidos...percibís que estáis preparados para usar estos dispositivos al mismo nivel que vuestros hijos/as? ¿En qué os sentís capaces de orientar a vuestros hijos/as si os piden ayuda?
III. RUTINAS Y HÁBITOS 1. ¿En qué medida consideráis que vuestras rutinas y hábitos familiares se han visto afectados por el uso de dispositivos móviles? 2. ¿En vuestra familia se utilizan dichos dispositivos durante las horas de las comidas y cenas? ¿En el ocio familiar? ¿A la hora de dormir? En caso afirmativo ¿Con qué finalidad?	VI. PRIVACIDAD Y VALORES 1. ¿Qué peligros relacionados con el uso del móvil o la Tablet conocéis? 2. A la hora de colgar fotos o vídeos en las redes sociales, ¿En qué consecuencias pensáis? ¿Qué riesgos relacionados con la intimidad o privacidad conocéis? ¿Qué hacéis al respecto? 3. ¿Habéis observado si algún miembro de la familia ha sufrido agresiones, ofensas, insultos o incluso acoso a través del móvil? (Explicar) ¿Cómo tratáis de prevenir estos peligros en vuestro hijo/a? 4. ¿Qué seguimiento desarrolláis en relación con los dispositivos móviles de vuestros hijos/as (contactos, juegos que tienen instalados, páginas web que consultan)?
IV. NORMATIVA / REGULACIÓN DEL USO 1. ¿Habéis establecido normas en la familia sobre el uso de estos dispositivos? En caso afirmativo, ¿cuáles destacaríais? 2. ¿Cómo supervisáis el cumplimiento de esas normas por parte de vuestros hijo/a/s? 3. En relación a la normativa ¿Cómo ha sido el proceso para su establecimiento? ¿Ha sido consensuada por todos los miembros de la misma, incluyendo a los menores? ¿O ha sido establecida por los adultos de la familia? 4. Ante un incumplimiento de las normas, ¿cómo actuáis? ¿Intentáis como progenitores comprender y dialogar sobre las causas? o ¿consideráis necesario establecer algún tipo de restricción o castigo? ¿Cuáles habéis experimentado? Y ¿cómo valoráis los pros y contras de cada medida? 5. ¿En qué situaciones sois más o menos coherentes en el cumplimiento de las normas que exigís a vuestro hijo/a? ¿Qué hacéis para que otros familiares (tíos, abuelos...) respetan estas normas o recomendaciones planteadas en vuestro hogar? 6. Si no habéis establecido normas en el hogar, ¿por qué ha sido?	VII. USO PEDAGÓGICO-CÍVICO 1. Ante la presencia de los dispositivos móviles en el hogar ¿Cuáles son los principales temas que os preocupan? (ejemplos: ciberacoso, apuestas, pérdida de tiempo) ¿Qué conocimientos consideráis necesarios para gestionar las diferentes situaciones generadas en el hogar por los dispositivos móviles? 2. ¿Qué aplicaciones educativas seríais capaces de nombrar para el aprendizaje de vuestro hijo/a? ¿Por qué os parecen interesantes o educativas? 3. ¿En qué sentido consideráis que los dispositivos móviles son una herramienta de aprendizaje? ¿Podríais dar algún ejemplo? 4. ¿En qué en acciones o asociaciones cívicas, movimientos sociales, iniciativas políticas...participáis a través del móvil? ¿Cómo estimuláis a vuestros hijos en ese sentido? 5. Finalmente, ¿qué orientación educativa podríais dar para un buen uso de los dispositivos móviles?

Fuente: elaboración propia

4. RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DE LA VALIDEZ DE CONTENIDO

Tal y como se ha especificado anteriormente, para la realización de la validación de contenido se diseñó una plantilla de valoración, que fue cumplimentada por los seis jueces expertos. Recoger dichas valoraciones a través de una plantilla, favorece que el proceso de juicio de expertos sea más eficiente (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008).

En este caso se diseña una plantilla de valoración, con un apartado de preguntas cerradas, solicitando a cada experto una evaluación sobre cada una de las preguntas del *focus group* atendiendo a cuatro criterios como son la validez, la ubicación, la univocidad y la inteligibilidad, a través de una escala tipo Likert de cinco opciones de respuesta (Nada, Poco, Regular, Bastante y Mucho), y un apartado con una pregunta abierta en el que cada juez puede hacer las anotaciones, valoraciones y sugerencias cualitativas que considere pertinentes.

A continuación se presentan los resultados de la valoración de los expertos respecto a la validez de contenido del instrumento. En primer lugar se recogen las puntuaciones medias de cada categoría conformadas por diferentes preguntas en los cuatro criterios de valoración y, se indica la puntuación global del instrumento para cada uno de dichos criterios y, en segundo lugar, se presentan las apreciaciones cualitativas plasmadas por los jueces.

Tabla 3. Puntuaciones medias de la validación de contenido según las diferentes categorías y criterios

CATEGORÍAS	PUNTUACIONES MEDIAS POR CRITERIO			
	VALIDEZ	UBICACIÓN	INTELIGIBILIDAD	UNIVOCIDAD
DATOS IDENTIFICACIÓN	5.00	4.92	5.00	4.96
COMUNICACIÓN-RELACIONES	4.50	5.00	4.38	4.79
RUTINAS-HÁBITOS	5.00	5.00	5.00	5.00
NORMATIVA-REGULACIÓN	5.00	5.00	4.90	4.95
AUTONOMÍA-DEPENDENCIA	4.83	4.92	4.90	4.85
PROVACIDAD Y VALORES	5.00	4.92	5.00	5.00
USO PEDAGÓGICO	5.00	5.00	5.00	5.00
PUNTUACIÓN GLOBAL	4.90	4.95	4.88	4.92

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 3 se pueden apreciar puntuaciones medias muy elevadas en todos los bloques y criterios, lo que señala una positiva valoración del instrumento por parte de los jueces expertos. La puntuación media más baja aparece en el criterio de inteligibilidad relativo al bloque de comunicación y relaciones. Los comentarios de los jueces a este respecto, señalan que algunas de las preguntas de la categoría son bastante abstractas, y recogen la necesidad de matizar y ejemplificar en algunos de los casos.

Cabe destacar que las puntuaciones medias, respecto a la validez, ubicación, inteligibilidad y univocidad de la herramienta, son muy elevadas. Por lo tanto, ya la versión inicial del *focus group*, era muy válida de cara a la recolección de datos sobre la temática para el que fue dise-

ñado. No obstante, y atendiendo a los comentarios de los jueces expertos, se realizaron varias modificaciones, que permitieron mejorar el guion de preguntas:

- Ejemplificar posibles respuestas, después de algunas de las preguntas. Por ejemplo, cuando se alude al tipo de comunicación para el que se utilizan los dispositivos (pregunta 4 categoría 2), se indicaron tipos de comunicación que se pueden establecer. De igual modo, en la cuestión sobre la influencia de los dispositivos móviles en la autoridad familiar (pregunta 6 categoría 5), también se indicaron ejemplos.
- Introducir subpreguntas dentro de una pregunta más general. Estos cambios pueden apreciarse en diversas preguntas del guion. Destacamos la pregunta referente a la normativa familiar (pregunta 3 Bloque 4) y la pregunta relativa a las problemáticas asociadas a la presencia de dispositivos móviles en el hogar (pregunta 1 Bloque 7).

4.2. APLICACIÓN PILOTO

Una vez incorporadas las modificaciones sugeridas por los jueces expertos a través de la escala de valoración del guion de *focus group*, se realizó una aplicación piloto de la herramienta, previa a su desarrollo en las diversas provincias españolas, con la finalidad de comprobar su eficacia, y encontrar las disfunciones que surjan al realizar su puesta en práctica.

En esta aplicación se comprobó cómo el contenido de determinadas preguntas era reiterativo, de ahí que la duración de este primer *focus group*, fuese superior a la estimada inicialmente, ascendiendo a 113 minutos, por lo que se fusionaron o unificaron las preguntas en las que se detectó esta situación.

Igualmente se evidenció la necesidad de diversificar el vocabulario para formular las preguntas de diferentes maneras y, facilitar una adecuada comprensión en una muestra heterogénea. A la vez que evitar una relación jerárquica, en la que las familias perciban a los miembros del equipo de investigación como profesionales que juzguen o cuestionen sus manifestaciones, generando un clima amigable, cercano, respetuoso y cálido.

Finalmente, fue un acierto contactar con dos personas más respecto al número que se había establecido como mínimo para llevar a cabo el *focus group* (6), puesto que dos de los miembros del grupo que habían confirmado su asistencia a la sesión, no pudieron asistir en el último momento.

5. CONCLUSIONES

A lo largo de este artículo se plantea una reflexión conceptual en torno a la utilidad y pertinencia de la técnica cualitativa del *focus group* para profundizar en el conocimiento de las percepciones y valoraciones de las familias españolas respecto a la implicación que tiene la inclusión de los dispositivos móviles en las dinámicas comunicativas familiares.

Igualmente se presenta un guion para el desarrollo de un *focus group* inédito, que tras las valoraciones por parte de expertos en la temática, y la aplicación a una muestra piloto, puede considerarse como un instrumento válido, eficaz y fiable, para establecer un diálogo tal y como

afirma Uña (2000), que promueva un intercambio comunicativo constructivo para todas las partes implicadas.

Por tanto, es importante que entre los miembros de la familia, puedan desarrollar una comunicación efectiva y afectiva (Ceballos, 2009), mediante un diálogo abierto porque ayuda a conformar ideas y opiniones sobre sí mismos y el entorno, en base a la experiencia y, no solo a la información que llega mediante medios de comunicación y dispositivos, gestionados tal y como afirma Ferrés (2013), por agentes persuasores que, para seducir y convencer ya no recurren a informaciones sino a sensaciones, a emociones primarias y, en este ámbito las nuevas generaciones son totalmente analfabetas.

Por tanto, es importante que entre los miembros de la familia, puedan desarrollar una comunicación efectiva y afectiva (Ceballos, 2009), mediante un diálogo abierto porque ayuda a conformar ideas y opiniones sobre sí mismos y el entorno, en base a la experiencia y, no solo a la información que llega mediante medios de comunicación y dispositivos, gestionados tal y como afirma Ferrés (2013), por agentes persuasores que, para seducir y convencer ya no recurren a informaciones sino a sensaciones, a emociones primarias y, en este ámbito tanto las nuevas generaciones, como las no tan nuevas, requieren de una alfabetización que les posibilite su capacitación personal y profesional en la sociedad del siglo XXI.

6. REFERENCIAS

- Ahad, A.D. y Anshari, M. (2017). Smartphone habits among youth: Uses and gratification theory. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 7(1), 65-75. DOI: 10.4018/IJCBPL.2017010105
- Bas Peña, E. y Pérez de Guzmán, M.V. (2010). Desafíos de la familia actual ante la escuela y las tecnologías de información y comunicación. *Educatio Siglo XXI*, 28(1), 41-68.
- Bilbao, A. (2002). *Suficiencia Investigadora: Percepción de crisis y tipología familiar*. Bilbao: Universidad de Deusto. Dirigida por Carmen Valdivia Sánchez.
- Barrios, E. y Costell, E. (2004). Use of methods of research into consumer's opinions and attitudes in food research. *Food Science and Technology International*, 10(6), 359-371.
- Callejo, J. (2009). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Cánovas, G. (Dir.) (2014). *Menores de edad y conectividad Móvil en España*. Madrid: Protégeles.
- Ceballos, R.M. (2009). *La comunicación afectiva y efectiva o la dialogicidad de la educación*. República Dominicana: Centro Cultural Poveda.
- Crespo Comesaña, J.M. (2011). Bases para construir una comunicación positiva en la familia. *Revista de Investigación en Educación*, 9(2), 91-98.
- De Jorge Martínez, M.E. (Coord.) (2012). *Familia y Educación. Guía práctica para Escuelas de Padres y Madres eficaces*. Murcia: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Edmunds, H. (1999). *The focus group research handbook*. Chicago: NTC/Contemporary Publishing Group.
- Escobar-Pérez, J. y Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6, 27-36.
- Ferrés, J. (2013). La competencia mediática y emocional de los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, 101, 89-101.
- Ferri, P. y Moriggi, S. (2017). Children go touch: Notes on the way young children's (0-10 years) appropriation of new (touchscreen) technologies is leading us to revisit our teaching strategies and vision of learning. *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies*, 15, 185-197.
- Froufe, S. (1998). Familia y medios de comunicación. *Comunicar*, 10, 21-26.
- Fombona, J. y Roza Martin, P. (2016). Uso de los dispositivos móviles en educación infantil. *Edmetic*, 5(2), 158-181.
- Fundación Telefónica (2017). *La Sociedad de la Información en España 2016*. Madrid: Fundación Telefónica.

- García, E. (2009). Aprendizaje y construcción del conocimiento. En C. Lopez Alosó y M. Matanzas del Barrio (Eds) (2009). *Las plataformas de aprendizaje. Del mito a la realidad*. Madrid: Biblioteca Nueva (pp. 21-44).
- Garmendia, M. Jiménez, E., Casado, M.A. y Mascheroni, G. (2016). *Net Children Go Mobile: Riesgos y oportunidades en internet y el uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015)*. Madrid: Red.es/Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Recuperado de: <https://goo.gl/n2Y8RF>.
- Garzón, A. (2014). Cambios políticos y sociales de la familia. *Psicología Política*, 49, 27-57.
- Gavin, H. (2008). *Understanding research methods and statistics in psychology*. London: Sage Publications Ltd.
- Gutiérrez, J. (2011). Grupo de Discusión: ¿Prolongación, variación o ruptura con el focus group? *Cinta moebio*, 41, 105-122. Recuperado de: www.moebio.uchile.cl/41/gutierrez.html.
- INE (2016). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2016*. Recuperado de: <https://goo.gl/BXapRi>.
- Informe Ditrendia (2017). *Informe Mobile en España y en el Mundo 2017*. Ditrendia.
- Ivankovich-Guillén, C. y Araya-Quesada, Y. (2011). Focus group: técnica de investigación cualitativa en investigación de mercados. *Ciencias Económicas*, 29(1), 545-554.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative Research: introducing focus group. *BMJ*, 311, 299-302.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2001). *Marketing*. England: Prentice Hall.
- Krueger, R. y Casey, M. 2009. *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. 4 ed. Estados Unidos: Sage Publications.
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Martínez-Miguélez, M. (1996). *Comportamiento humano: nuevos métodos de investigación*. México: Trillas
- Merton, R., Fiske, M. y Kendall, P. (1956). *The focused interview*. Glencoe: Free Press.
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (2017). *Estudio de uso y actitudes de consumo de contenidos digitales*. Madrid: Secretaría General Técnica. Recuperado de: <https://goo.gl/V4Rvms>.
- Orte, C., Ballester, L. y March, M.X. (2013). El enfoque de la competencia familiar. Una experiencia de trabajo socioeducativo con familias. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 21, 13-37.
- Palacios, V., Polo del Río, M.I., Felipe, E., León del Barco, B. y Fajardo, F. (2013). Tipología familiar y dinámica bullying/ciberbullying en Educación Secundaria. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 3(2), 161-170.

Rodrigo, M.J. Maíquez, M.L. y Martín, J.C. (2010). *La educación parental como recurso psico-educativo para promover la parentalidad positiva*. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

Ruiz, J.I. (2003). *Técnicas de triangulación y control de calidad en la investigación socioeducativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Skjong, R. y Wentworth, B. (2000). *Expert Judgement and risk perception*. Recuperado de: <http://research.dnv.com/skj/Papers/SkjWen.pdf>

Suárez, M. (2005). *El Grupo de Discusión. Una herramienta para la investigación cualitativa*. Barcelona: Leartes

Torío, S., Peña, J.V., Rodríguez, C., Fernández, C.M., Molina, S., Hernández, J. e Inda, M. (2013). *Construir lo cotidiano: un programa de educación parental*. Barcelona: Octaedro.

UNICEF (2003). *Nuevas formas de familia perspectivas nacionales e internacionales*. Uruguay: Fondo de las naciones unidas para la infancia.

Uña, F. (2000). Teorías y modelos de la comunicación. *Praxis sociológica*, 5, 33-79.

Utkin, L.V. (2006). A method for processing the unreliable expert judgments about parameters of probability distributions. *European Journal of Operational Research*, 175(1), 385-398.

Verza, F. y Wagner, A. (2010). Uso del teléfono móvil, juventud y familia: un panorama de la realidad brasileña. *Psychological Intervention*, 19(1), 57-71.

7. ANEXOS

ANEXO 1. PLANTILLA DE VALORACIÓN DEL FOCUS GRUP «DISPOSITIVOS MÓVILES –SMARTPHONES & TABLETS– Y COMUNICACIÓN EN FAMILIA»

Estimado experto, a continuación presentamos una plantilla para valorar un guion de focus group con el que se pretende detectar las Competencias Mediáticas en relación con Dispositivos Móviles (Smartphones y Tablets) en el seno de la familia, especialmente por parte de padres y madres o responsables de los menores en el ámbito de la familia. El focus group es una entrevista semiestructurada de respuesta abierta y que pretende generar discusión acerca del tema a investigar.

Forma parte del proyecto I+D+i nacional titulado «COMPETENCIAS MEDIATICAS DE LA CIUDADANIA EN MEDIOS DIGITALES EMERGENTES (SMARTPHONES Y TABLETS): PRACTICAS INNOVADORAS Y ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS EN CONTEXTOS MULTIPLES», con referencia EDU2015-64015-C3-1-R).

Los ítems de este guion de focus group deben ser evaluados atendiendo a los criterios de validez, ubicación, inteligibilidad y univocidad.

Por VALIDEZ se entiende la adecuación-idoneidad del ítem con el objeto de estudio. Un ítem es válido cuando aporta información de calidad sobre el objeto de estudio de que se trate.

Por UBICACIÓN se entiende la asignación del ítem a la dimensión de que se trate, valorando en qué medida es correcta.

Por UNIVOCIDAD se entiende la precisión en la formulación del ítem, de modo que solo pueda entenderse de un modo concreto, frente a la posible ambigüedad u otras interpretaciones del mismo.

Por INTELIGIBILIDAD se entiende la capacidad de comprensión del ítem por parte de la población a la que se dirige.

Le rogamos, pues, que proceda a su valoración usando la siguiente escala de valoración y puntuando en el espacio dispuesto para ello:

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho

Al final de cada cuestionario se incluye un espacio para que usted pueda aportar las valoraciones y consideraciones que considere oportunas. Muchas gracias por su colaboración. Sin ella sería imposible de realizar el proyecto de investigación.

DIMENSIONES	PREGUNTAS DEL FOCUS GROUP A EVALUAR	VALIDEZ					UBICACIÓN					INTELIGIBILIDAD					UNIVOCIDAD				
DATOS IDENTIFICACIÓN	Pregunta 1.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Pregunta 2.																				
	...																				
COMUNICACIÓN-RELACIONES		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
RUTINAS / HÁBITOS																					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
NORMATIVA / REGULACIÓN USO																					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
AUTONOMÍA vs. DEPENDENCIA Y AUTORIDAD																					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
PRIVACIDAD Y VALORES																					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
USO PEDAGÓGICO-CÍVICO																					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Incluya las sugerencias, rectificaciones y comentarios que considere oportunos: