

Focus group: Considerações teóricas e metodológicas

Isabel Soares Silva, Ana Luísa Veloso
& José Bernardo Keating

Resumo

A utilização do *focus group* tem vindo a alargar o seu campo de aplicação a diferentes disciplinas e com diferentes finalidades, como é o caso, por exemplo, na investigação da educação para a saúde. O presente trabalho começa por descrever o que se entende por este instrumento metodológico bem como as suas principais aplicações, especialmente ao nível de projectos de investigação. De seguida são apresentadas as principais potencialidades e limitações do *focus group* face a outras técnicas de recolha de dados. Na segunda parte, são descritas as principais fases conducentes ao processo de implementação do *focus group*, designadamente, planeamento, preparação, condução, análise dos dados e divulgação dos resultados. Na descrição e apreciação de tais fases do ponto de vista metodológico, será dada particular ênfase aos aspectos relacionados com o grau de estruturação do projecto, o guião da entrevista, o papel do moderador, a composição e a dimensão dos grupos, o recrutamento dos participantes e às estratégias de divulgação dos resultados. Com base na experiência de aplicação desta metodologia pelas autoras e autor, o trabalho é concluído com uma apreciação das principais dificuldades e vantagens ao nível das diversas fases do processo de aplicação.

Palavras-chave:

focus group; métodos de investigação; investigação qualitativa; metodologia

Focus Group: Theoretical and methodological considerations

Abstract: The use of focus group has extended its field of application to different disciplines and for different purposes, such as, for example, in the health education research. This work starts off describing how this methodological tool is understood, as well as its main applications, especially within the framework of research projects. Then it describes the main potentialities and limitations of its use, compared to other methods of data collection. The second part of this work describes the principal stages leading to the implementation process of *focus group*, namely, planning, preparation, conducting, data analysis and dissemination of results. From the methodological point of view, when describing and assessing those stages, the focus will be particularly put on the aspects related to the degree of structuration of the project, the interview guide, the moderator role, the dimension and composition of the groups, the recruitment of participants, and the strategies of data dissemination. Based on the authors' experience in applying this methodology, the work concludes with an assessment of the principal advantages and difficulties across the various stages of the application process.

Key words: focus group; research methods; qualitative research; methodology

Focus Group: Explications théoriques et méthodologiques

Résumé: L'utilisation du *focus group* est venue élargir son champ d'application à différentes disciplines et ce, avec différentes finalités, comme c'est le cas, par exemple, dans la recherche de l'éducation pour la santé. Le présent travail commence par décrire ce que l'on comprend par le biais de cet outil méthodologique ainsi que ses principales applications, tout particulièrement en ce qui concerne les projets de recherche. Ensuite, on présentera les principales potentialités et les limitations du *focus group* face à d'autres techniques de collecte de données. Dans la seconde partie, on décrira les principales phases favorisant la procédure de mise en œuvre du *focus group*, notamment, la planification, la préparation, la conduite de la discussion avec le groupe, l'analyse des données et la divulgation des résultats. Dans la description et l'appréciation de telles phases du point de vue méthodologique, on mettra l'accent sur les aspects en relation avec le degré de structuration du projet, le déroulement de l'entrevue, le rôle du modérateur, la composition et la dimension des groupes, le recrutement des participants, ainsi que sur les stratégies de divulgation des résultats. Sur la base de l'expérience de l'application de cette méthodologie par les auteurs, on parlera aussi des difficultés et des avantages au niveau des différentes phases du processus d'application.

Mots-clés: *focus group*; méthodes de recherche; recherche qualitative; méthodologie

Focus Group: Aspectos teóricos y metodológicos

Resumen: La utilización de *focus group* ha alargado sus aplicaciones a diferentes disciplinas, y con diferentes objetivos, como por ejemplo, en la investigación de la educación para la salud. Este trabajo comienza describiendo el significado de esta metodología, así como sus principales utilidades, especialmente en proyectos de investigación. A continuación se presentan las principales potencialidades y limitaciones de los *focus group* relativamente a otras técnicas de recogida de datos. En la segunda parte se describen las principales fases de organización de los *focus groups*, como la planificación, preparación, realización, análisis de datos y la difusión de los resultados. En la descripción y evaluación de dichas fases del punto de vista metodológico, se prestará especial atención a los aspectos relacionados con el grado de estructuración del proyecto, el guión de la entrevista, el papel del moderador, la composición y el tamaño de los grupos, el reclutamiento de los participantes y las estrategias para difundir los resultados. Con base en la experiencia en la aplicación de esta metodología por los autores, se analizó las diversas etapas del proceso de aplicación a nivel de sus dificultades y beneficios.

Palabras clave: *focus group*; métodos de investigación; investigación cualitativa; metodología

Introdução

O *focus group*, desenvolvido originalmente na área das ciências sociais do século passado (para um enquadramento histórico da sua emergência, ver, por exemplo, Galego & Gomes, 2005), tem vindo a alargar o seu campo de aplicação a diferentes disciplinas e sido objecto de crescente interesse por parte dos investigadores (Bloor, Frankland, Thomas & Robson, 2001; Morgan, 1996, 1997; Sagoe, 2012; Stewart, Shamdasani & Rook, 2007). Por exemplo, a pesquisa realizada por Morgan (1996) na *Sociological Abstracts*, *Psychological Abstracts* e *Social Science Citation Index*, apontou, nas três fontes consultadas, para um crescimento sólido na utilização do *focus group* na investigação, podendo estes, como referem Stewart et al. (2007), serem úteis em qualquer ponto do projecto de investigação. Ainda que com diferentes níveis de utilização e de reflexão, a sua adopção tem sido observada num leque diversificado de áreas, como a educação e intervenção na saúde (ex., Mitchell, & Branigan, 2000), a compreensão de práticas de gestão e de organização (ex., Rodrigues et al., 2007), o ensino (ex., Winlow, Simm, Marvell & Schaaf, 2013) ou o comportamento do consumidor (ex., Threlfall, 1999).

O nosso interesse por esta técnica advém enquanto investigadores e docentes, procurando o presente trabalho dar contributos em ambos os domínios. Assim, neste trabalho procuraremos fazer uma sistematização da metodologia do *focus group*, sobretudo das fases iniciais da sua inserção em projectos de investigação. A definição da própria técnica bem como as suas principais aplicações, potencialidades e limitações serão aspectos também abordados.

Definição e aplicações do *focus group*

Focus group, também designado como grupo de discussão, é uma técnica que visa a recolha de dados, podendo ser utilizada em diferentes momentos do processo de investigação. Morgan (1996, 1997), define *focus group* como uma técnica de investigação de recolha de dados através da interacção do grupo sobre um tópico apresentado pelo investigador. Tal definição, segundo o autor, comporta três componentes essenciais: os *focus group* são um método de investigação dirigido à recolha de dados; localiza a interacção na discussão do grupo como a fonte dos dados; e, reconhece o papel activo do investigador na dinamização da discussão do grupo para efeitos de recolha dos dados. Krueger e Casey (2009), para além das características anteriores, salientam também a focalização da discussão num dado assunto, o seu contributo para a compreensão do tópico de interesse e o facto dos participantes que os compõem terem alguma característica em comum e relevante face ao tema em discussão.

Em suma, como referem Krueger e Casey (2009, p. 15), os *focus group* são criações especiais no reino dos grupos, sendo que aquilo que os define e os distingue de outros tipos de grupo é o facto de serem dirigidos à recolha de dados qualitativos junto de pessoas com algum tipo de semelhança, numa situação de grupo, através de uma discussão focada.

A pesquisa efectuada por Morgan (1996), além da constatação do aumento de utilização do *focus group* na investigação, revelou também que este tende a ser utilizado em combinação com outros métodos de recolha de dados, ainda que a proporção de estudos que o utilizam de modo isolado tenha registado um aumento nos últimos anos. Especificamente, a análise efectuada com base nos estudos empíricos resultantes da pesquisa na *Sociological Abstracts* revelou que mais de 60% da investigação realizada na última década do século passado e que recorreu ao *focus group*, utilizou este método em combinação com outros métodos de investigação, sobretudo com entrevistas individuais e inquéritos.

Os *focus group* quando combinados com outros métodos, podem ocorrer em diferentes fases do projecto de investigação, designadamente: fase inicial (ex., gerar questões para um questionário); fase intermédia (ex., ajudar a interpretar os resultados obtidos num questionário); fase final (ex., discutir com os participantes os resultados obtidos, discussão essa que poderá conduzir a novos *insights*) (Krueger & Casey, 2009; Stewart et al., 2007).

Entre o leque de possíveis usos dos *focus group*, Stewart et al. (2007) referem os seguintes como sendo os mais comuns: obtenção de informação sobre um tópico de interesse; gerar hipóteses de investigação; estimular novas ideias e conceitos criativos; diagnosticar os potenciais problemas com um novo programa, produto ou serviço; gerar impressões sobre produtos, programas, serviços, instituições ou outros objectos de interesse; compreender como os participantes falam acerca de um fenómeno de interesse, o que facilita o desenvolvimento de inquéritos ou de outros instrumentos de investigação de pendor mais quantitativo; e, interpretação de resultados quantitativos obtidos previamente.

Diversos autores (ex., Morgan, 1996, 1997; Stewart et al., 2007; Wutich, Lant, White, Larson & Gartin, 2010) têm procurado sistematizar as vantagens e as desvantagens do *focus group*. Tipicamente, esta sistematização é efectuada em comparação entre este método e outros métodos de recolha de dados. Neste âmbito, Morgan e Krueger (1993), citados por Morgan (1996, 1997), referem que as comparações dos *focus group* com outros métodos têm levado à conclusão que a força real dos primeiros não é simplesmente na exploração do que as pessoas têm para dizer, mas em providenciar *insights* quanto às origens de comportamentos complexos e motivações. Por outro lado, a capacidade de observação do grau e da natureza dos acordos e dos desacordos entre os participantes é

uma força única do *focus group* (Morgan, 1996). Galego e Gomes (2005), por seu lado, chamam a atenção para o papel emancipador que este instrumento metodológico pode desempenhar uma vez que, e nas palavras dos próprios autores "(...) no decorrer do processo de investigação o sujeito objecto de observação, vai transformando as suas estruturas cognitivas, através das relações recíprocas que estabelece no decorrer da operacionalização da técnica, auto-descobrendo-se e, portanto, emancipando-se" (p. 179).

Entre o leque de vantagens sistematizadas por Stewart et al. (2007) do *focus group* face a outros métodos de investigação, salientamos o facto de este permitir fornecer dados de um grupo muito mais rapidamente e frequentemente com menores custos do que se essa informação tivesse sido obtida a partir de entrevistas individuais e a sua flexibilidade, podendo ser usados para a análise de um leque alargado de tópicos com uma variedade de indivíduos (incluindo indivíduos com baixos níveis de escolaridade) e de contextos.

A fragilidade do *focus group*, à semelhança da sua força, está relacionada com o processo de produção de interações focadas, levantando questões acerca do papel do moderador na geração dos dados e do impacto do próprio grupo nos dados (Morgan, 1996). Por exemplo, em relação ao primeiro aspecto, estilos mais directivos de moderação poderão influenciar a capacidade do grupo "ganhar" a sua própria dinâmica enquanto que em relação ao segundo se pode assistir a um efeito de "polarização" após certa discussão do grupo. Centrada também nos participantes, outra crítica aponta para estes tenderem a racionalizar as suas respostas, embora tal aspecto se aplique a todos os métodos de investigação que se baseiam em questões e respostas (Krueger & Casey, 2009).

Outra fraqueza devida ao impacto do grupo nos seus próprios participantes diz respeito ao leque de tópicos que podem ser investigados efectivamente em grupos. Dado que a interacção do grupo requer auto-relevação mútua, é indiscutível, como refere Morgan (1996, 1997), que alguns tópicos não são aceitáveis para discussão entre algumas categorias de participantes, sobretudo temas ditos "sensíveis" ainda que a evidência empírica sobre este assunto seja escassa e, como indica Sagoe (2012), nem sempre com resultados consistentes. A este propósito, o trabalho de Wutich et al. (2010) sobre a comparação do *focus group* e de questionários em formato de auto-relato indicou que na abordagem de tópicos considerados "muito sensíveis" havia a tendência para uma maior participação no *focus group*, mas apenas em situações onde era percebido que havia a oportunidade de troca de informação relevante ou que o fornecimento de informação poderia ajudar a resolver efectivamente um problema; quando era percebido que uma maior participação poderia conduzir a situações de estigmatização, a participação no questionário tendia a ser maior do que no caso do *focus group*.

Em suma, como sublinha Morgan (1997), quer as forças quer as fraquezas do *focus group* desembocam directamente dos seus dois aspectos definidores: a confiança no foco do investigador e a interacção do grupo. Em todo o caso, como refere o mesmo autor em 1996, as vantagens podem ser maximizadas através do cuidado colocado em diversas questões relacionadas com o desenho da investigação. No tópico que se segue procuraremos explicitar as principais questões a esse nível.

Fases da realização do *focus group*

A discussão do grupo, como sublinham Mitchell e Branigan (2000), constitui a ponta visível do *iceberg*, a fase intermédia de um longo processo que se inicia com o planeamento e finaliza com a análise dos dados e a elaboração de um relatório. Partindo da literatura consultada, em especial Bloor et al. (2001), Krueger e Casey (2009) e Morgan (1998), agregámos as várias decisões e tarefas subjacentes à implementação de um processo de *focus group* em cinco fases - planeamento, preparação, moderação, análise dos dados e divulgação dos resultados - as quais, passamos a apresentar.

Planeamento

As questões a que é necessário dar resposta na fase do planeamento tipicamente relacionam-se com os seguintes aspectos: Quais são os objectivos orientadores da realização do projecto de investigação em geral e do *focus group*, em particular? Qual a estrutura do guião de entrevista? Quem deverão ser os participantes? Qual o tamanho desejado para os grupos? Quantos grupos?

O planeamento começa por alicerçar-se nos objectivos do próprio projecto de investigação. Como sublinham diversos autores (Krueger & Casey, 2009; Morgan, 1996, 1998; Stewart et al., 2007), a definição clara dos objectivos do estudo é um elemento essencial no planeamento de todo o projecto, dado que muitas das decisões subsequentes dependerão do(s) objectivo(s) que se pretenda(m) alcançar.

Um dos aspectos directamente relacionados com os objectivos do estudo prende-se com o grau de estruturação dos *focus group*, traduzindo-se este, como refere Morgan (1998) no guião da entrevista e no papel adoptado pelo moderador. De um modo geral, pode dizer-se que os projectos oscilam entre uma abordagem muito estruturada até uma abordagem muito pouco ou quase nada estruturada, ainda que, como sublinha o autor citado, a abordagem mais frequente corresponda a projectos moderadamente focados. Assim, numa abordagem mais estruturada, o projecto começa com um conjunto de questões pré-determinadas

constituindo o objectivo central a obtenção de respostas através da discussão ancorada nos temas previamente definidos no guião. Nesta abordagem, o guião da entrevista encontra-se bastante “fechado” desde o início do projecto constituindo uma preocupação central do moderador manter cada grupo na tarefa de obtenção das respostas para as questões previamente delineadas. Numa perspectiva oposta à anteriormente descrita, o projecto inicia-se sem que se saiba exactamente quais são as questões a fazer no âmbito de um dado tópico. Nesta abordagem, o guião de entrevista privilegia questões “abertas”, podendo incluir palavras ou temas chave, centrando-se o papel do moderador no suporte ao grupo na exploração do tópico de tal forma que possa emergir novos *insights* face ao mesmo (Morgan, 1997, 1998).

Como referido, os grupos moderadamente estruturados constituem, no entanto, a abordagem mais comum. Uma estratégia específica para implementar um grau de estrutura moderado é a estratégia do “funil” (Morgan, 1997), em que à medida que a discussão avança, as questões tornam-se cada vez mais específicas ou, se quisermos, mais “afuniladas” sendo que as questões iniciais, ao serem mais genéricas, como referem Krueger e Casey (2009), ajudam as pessoas a falarem e a pensarem sobre o tópico. Tal abordagem de compromisso torna assim possível aceder, por um lado, às perspectivas dos próprios participantes na primeira parte de cada discussão e, por outro, às respostas a interesses específicos do investigador na segunda parte.

Outros aspectos cruciais a considerar na fase do planeamento prendem-se com a composição e o número de grupos. Em relação ao primeiro aspecto, pretende-se que os participantes que constituam os grupos sejam os mais adequados face aos propósitos do projecto. Assim, a questão que se coloca é quem possui o tipo de informação que precisa de ser recolhida sendo que tipicamente os participantes têm algo em comum entre si de uma maneira que é relevante para o projecto (Krueger & Casey, 2009). O segundo aspecto remete para o grau de homogeneidade dos grupos, ou seja, e nas palavras de Morgan (1998), das características ou interesses que os participantes tenham em comum. A composição correcta do grupo irá gerar discussões produtivas ao passo que uma composição errada pode juntar pessoas que têm pouco a dizer entre si ou conduzir a conversações que têm pouca relevância para o propósito do projecto (Morgan, 1997, 1998). A par da familiaridade com o tópico, a criação de um ambiente confortável que facilite a participação tem sido referida como uma das questões básicas a considerar na composição dos grupos (Krueger & Casey, 2009; Morgan, 1998). Por exemplo, pode revelar-se pouco produtivo e mesmo “desconfortável” a discussão que junte no mesmo grupo chefias e trabalhadores, embora a probabilidade de tal ocorrência dependa naturalmente do tópico em causa.

O exemplo acabado de dar remete para a necessidade de comparação de categorias de participantes. A identificação das variáveis que vão definir grupos particulares de participantes, ou seja, a segmentação (Morgan, 1996, 1997), não só vai afectar a composição dos grupos, como o seu número. Com efeito, o número de grupos aumentará quanto mais segmentos estiverem previstos. Embora o aumento de segmentação aumente os custos, do ponto de vista das suas vantagens, Morgan (1996, 1997) refere a introdução de uma dimensão comparativa no projecto, incluindo a análise dos dados, e o facto de poder facilitar a discussão pois potencia a homogeneidade entre os grupos, esperando-se assim que a discussão seja mais “fluida”. Outra decisão a tomar prende-se com a estandarização, isto é, o grau em que questões idênticas e procedimentos são usados em cada grupo (Morgan, 1996, 1998); por exemplo, em casos onde o objectivo da investigação é comparar as respostas obtidas em diferentes categorias de participantes é particularmente vantajoso haver um elevado grau de estandarização sendo que este pode ir aumentando ao longo do projecto.

Além da segmentação, a definição do número de grupos a incluir no projecto também está ligada ao conceito de saturação teórica (Morgan, 1996, 1997). Especificamente, quando a realização de novos *focus group* já praticamente não acrescenta valor aos dados obtidos anteriormente (Morgan, 1998), faz sentido finalizar o processo de recolha dos dados.

Apesar de constituir uma estratégia arriscada, a realização de apenas um *focus group*, como refere Morgan (1998), não é errada. Com efeito, há circunstâncias em que a realização de mais do que um grupo é impraticável, ou porque o número de potenciais participantes não o permite ou porque os custos associados são demasiado elevados. Nestes casos, os dados devem ser interpretados com especial cuidado. Por outro lado, uma estratégia possível de minimizar esta limitação é o recurso à triangulação (Morgan, 1998), ou seja, saber em que medida a comparação dos dados obtidos na discussão do grupo com informação obtida de outras fontes é consistente.

Embora o tamanho dos grupos possa oscilar entre quatro e doze participantes (Kueger & Casey, 2009), tem sido referido que este tipicamente se situa entre cinco a dez participantes (Kueger & Casey, 2009) ou entre seis a dez participantes (Morgan, 1997, 1998). Por seu lado, Bloor et al. (2001) referem que a recomendação nesta matéria é a de que os grupos tenham entre seis e oito participantes ao passo que Morgan (1998) sublinha que na maioria dos casos, seis participantes pode ser considerado um grupo relativamente pequeno e um grupo de dez participantes relativamente grande.

Um planeamento efectivo nesta matéria implica pensar acerca das diferenças entre grandes e pequenos grupos (Morgan, 1997, 1998); os grupos mais

pequenos permitem a cada participante uma maior oportunidade de falarem, embora, o “reverso da medalha” seja o de lhes atribuir uma maior “responsabilização” pelo andamento da conversação. Em contrapartida, os grupos maiores, embora sobrecarreguem menos cada participante, também lhes dá menos tempo para falarem. A opção por um ou outro tipo, exige, mais uma vez, que se considere os objectivos do projecto de investigação e seus eventuais constrangimentos.

Uma vez definidas as características dos participantes que irão constituir os grupos bem como o tamanho destes, torna-se necessário considerar a estratégia de recrutamento. À semelhança de outros métodos qualitativos, os *focus group* assentam em amostras intencionais (*purposive samples*), seleccionando aqueles participantes que à partida se prevê que gerem discussões o mais produtivas possível (Morgan 1997, 1998). Isto não significa, no entanto, que não se possa utilizar um procedimento aleatório quando se está a seleccionar um grupo de participantes de uma lista prévia de modo a eliminar qualquer viés no processo de selecção. “Identificados” os participantes desejados para o projecto, avança-se para a efectivação do seu recrutamento, uma das tarefas integradas na fase que se segue.

Preparação

Na *segunda fase* da realização do *focus group*, a *preparação*, deverão ser consideradas pelo menos dois tipos de questões: o recrutamento dos participantes e as condições logísticas de realização dos grupos como a escolha do local.

Segundo Morgan (1998), o recrutamento é um processo sistemático, sendo a abordagem tradicional a seguinte: duas semanas antes da realização do *focus group* os participantes deverão ser contactados; passado uma semana, deverão receber uma carta de confirmação e, no dia anterior à realização do *focus group*, deverão ser contactados telefonicamente. No âmbito deste processo também podem ser equacionadas estratégias para aumentar a adesão dos potenciais participantes como encontros prévios com o investigador ou equipa de investigação de modo a clarificar eventuais dúvidas, utilização de incentivos ou envio de lembretes (Bloor et al., 2001; Rodrigue et al., 2007; Stewart et al., 2007), incluindo mensagens telefónicas de texto (McParland & Flowers, 2012).

Independentemente da estratégia adoptada, os participantes deverão ser claramente informados sobre os objectivos do estudo e as regras de participação, incluindo tempo estimado de duração de modo a evitar abandonos precoces aquando a discussão em grupo (Bloor et al., 2001). Uma vez definido na fase do planeamento quem deverão ser os participantes, as “bolsas” de potenciais participantes elegíveis podem encontrar-se disponíveis em diversos formatos,

como por exemplo, em listagens (por ex., sócios de uma associação); outras vezes, trata-se de um grupo social pré-existente (por ex., trabalhadores de um departamento de uma organização). Quando não existe a possibilidade de identificação prévia, pode ser necessário recorrer-se a uma abordagem individual ou a um intermediário, adoptando-se, neste caso, uma estratégia de recrutamento tipo “bola de neve”. Quando o investigador não é o responsável directo pelo recrutamento é útil o desenvolvimento de um questionário de “triagem” onde conste os critérios relevantes de recrutamento de modo a haver alguma garantia que os participantes contactados são apropriados no contexto da discussão de um dado tópico (Bloor et al., 2001).

Quanto à escolha do local para a realização dos *focus group*, a recomendação geral é a de que este seja acessível, assegure conforto aos participantes bem como a confidencialidade da informação gerada (Bloor et al., 2001; Morgan, 1998, McParland & Flowers, 2012; Rodrigues et al., 2007; Sagoe, 2012; Stewart et al., 2007). Neste âmbito, McParland e Flowers (2012) com base na sua experiência de realização de *focus group* com doentes crónicos referem a importância de serem assegurados recursos específicos em certos grupos de participantes (por ex., transporte no caso de participantes com reduzida mobilidade e/ou com dificuldades económicas).

Moderação

A *moderação* é a fase seguinte do processo, podendo a sua duração ir até as duas horas e meia (Stewart et al., 2007), embora, em média, se situe nos 90 minutos (Morgan, 1996). A intervenção do moderador constitui um elemento chave nesta fase (Kueger & Casey, 2009; Sagoe, 2012; Stewart et al., 2007) e, nesse sentido, as competências de moderação e de dinâmica de grupo que este possua representam elementos críticos do ponto de vista do seu sucesso. Como sublinham Krueger e Casey (2009), a intenção do *focus group* é a de promover auto-revelação entre os participantes havendo condições para alcançar tal propósito quando os participantes se sentem confortáveis, respeitados e livres para darem a sua opinião; assim, prosseguem os autores, o papel do moderador não é o de emitir julgamentos, mas o de questionar, ouvir, manter a conversação no trilho e certificar-se que cada participante tem oportunidade de participar. Para aumentar a eficácia deste processo, os autores citados defendem a relevância de uma “equipa de moderadores”: i) um moderador, que teria como principal missão a condução e a manutenção da discussão e, ii) um auxiliar de moderação, cujas principais tarefas seriam a gestão do equipamento de gravação, estar atento às condições logísticas e do ambiente físico, dar resposta a interrupções inesperadas e tomar notas sobre a discussão do grupo.

Análise dos dados

Uma vez recolhida a informação, passamos à *quarta fase* do processo, dedicada à *análise dos dados*. Os *focus group*, quando inseridos em projectos de investigação, tipicamente são gravados e posteriormente alvo de transcrição, devendo esta ser uma reprodução o mais fiel possível de modo a que a sua leitura permita “visualizar” o que ocorreu no grupo e constitua a base da análise de dados; uma das tarefas mais intensas em termos de tempo deste método de recolha de informação prende-se exactamente com o processo de transcrição, podendo chegar até oito vezes o tempo de gravação (Bloor et al., 2001; Morgan, 1997; Stewart et al., 2007). A propósito da relevância da gravação, McParland e Flowers (2012) sugerem mesmo a utilização de mais do que um gravador, no sentido de assegurar a “captação” de todas as interações ocorridas ao longo da discussão do grupo. A complementaridade das transcrições com as notas que tenham sido recolhidas aquando a moderação dos *focus group* é uma prática recomendável bem como a audição das primeiras pelo investigador ou equipa de investigação quando tal tarefa não foi por si realizada de modo a certificar-se da qualidade das transcrições (Bloor et al., 2001). Além disso, como sublinham Galego e Gomes (2005), o moderador possui informações privilegiadas sobre expressões faciais, gestos, tom de voz e os contextos em que os discursos foram proferidos, o que torna a sua participação fundamental no processo de descodificação, interpretação e análise de dados.

Bloor et al. (2001), a propósito da análise de dados dos *focus group*, enfatizam que esta pode ser abordada de várias formas, devendo ser sempre sistemática e rigorosa. Segundo os mesmos autores, ainda que existiam diversas abordagens de análise dos dados qualitativos, de modo genérico, este tipo de análise decorre ao longo de três etapas: i) *codificação/indexação*: uma vez transcrito e (re)lido o texto, ocorre um processo de atribuição de categorias (e, se necessário, de subcategorias) reflectindo estas os temas presentes no guião bem como os novos que emergiram da discussão dos grupos; ii) *armazenamento/recuperação*: esta fase é dedicada à compilação de todos os extractos do texto subordinados à mesma categoria de modo a poder compará-los, processo que pode ser realizado manualmente ou através de programas informáticos como o NUD.IST ou o NVivo; neste processo é importante não perder o contexto de onde os extractos são retirados; iii) *interpretação*: deve ser suportada numa análise sistemática dos dados, podendo esta fazer uso de métodos específicos de análise como o método de indução analítica (para uma consulta mais detalhada sobre esta fase, ver, por exemplo, Bloor et al., 2001 ou Stewart et al., 2007). A propósito do modo como os factores contextuais têm sido considerados na análise dos resultados dos *focus group* e como poderão ser integrados nesta

fase, veja-se também a recente revisão sistemática realizada por Orvik, Larun, Berland e Ringsberg (2013).

Divulgação dos resultados

A quinta e última fase do processo de implementação do *focus group* é dedicada à *divulgação dos resultados*, geralmente sob a forma de relatório escrito. Entre os pontos habitualmente contemplados num relatório de investigação (objectivos, metodologia, etc.), a apresentação dos dados reveste-se de particular dificuldade, dada a necessidade de tornar inteligível a análise dos dados realizada. A transcrição de frases ilustrativas das categorias adoptadas ou a apresentação das categorias com indicação da sua frequência são alguns exemplos encontrados na literatura (Yin, 2011). Em relação à primeira prática, Morgan (2010) sublinha que o relato de citações é em si mesmo uma parte importante da investigação qualitativa dado que fornece evidência para a credibilidade da análise realizada, permitindo uma ligação directa entre o conteúdo mais abstracto dos resultados e os dados gerados; além disso, constitui também a conexão mais forte entre o leitor e a voz dos participantes (Morgan, 2010; Yin, 2011).

O ciclo do processo fecha-se nalguns casos com a devolução dos resultados aos próprios participantes. De modo a maximizar a adesão dos participantes à iniciativa promovida para a divulgação dos resultados (por ex., através de uma sessão de apresentação) podem também ser utilizadas certas estratégias à semelhança da fase do recrutamento dos participantes.

Em suma, a metodologia de *focus group* está dirigida à recolha de informação, tipicamente de natureza qualitativa, procurando aumentar a compreensão das pessoas sobre um dado tópico. Ainda que a fase mais “visível” do processo seja a moderação dos grupos, este começa bem antes na fase do planeamento e termina bem depois na fase da divulgação dos resultados.

Breve apreciação da aplicação do *focus group* e conclusão

Como referido anteriormente, a utilização do *focus group* como método isolado ou em combinação com outros métodos de recolha de dados em projectos de investigação tem aumentado. Nos projectos realizados pelos autores e autora, a sua utilização foi planeada quer de modo combinado quer de modo isolado. Fazendo uma apreciação genérica da aplicação do *focus group* com base na experiência adquirida, saíram reforçadas algumas das vantagens referidas por Stewart et al. (2007), nomeadamente, o facto de este método recolher dados de um conjunto de pessoas muito mais rapidamente e com menores custos do que se essa informação tivesse sido obtida a partir de entrevistas individuais. Por outro lado, trata-se efectivamente de um método de recolha de informação mui-

to flexível, podendo a sua aplicação ocorrer na análise de um leque alargado de tópicos com uma grande variedade de indivíduos (incluindo indivíduos com níveis de escolaridade muito reduzidos) e de contextos bem como em diferentes fases dos projectos de investigação. Em suma, nos projectos realizados, os *focus group* geraram dados relevantes quer pela originalidade de alguns dos temas emergentes quer pelo seu contributo significativo para as fases subsequentes do processo de investigação. Por outro lado, reconhece-se também a relativa rapidez da técnica face à abrangência e ao volume de informação gerada. Numa perspectiva menos favorável, de referir o tempo que a transcrição dos dados e respectiva análise tendem a consumir face a outros métodos de recolha de informação como questionários.

Na fase de preparação, o recrutamento dos participantes foi um dos aspectos que se revelou mais difícil dado que não é passível de (total) controlo, saindo reforçada a utilidade das técnicas que visem a adesão dos potenciais participantes nos *focus group* como as que são referidas, por exemplo, por Rodrigues et al. (2007) ou Stewart et al. (2007).

Por fim, e em relação à fase de moderação, refira-se que se optou em todos os projectos pela existência de uma “equipa de moderadores”, prática que se recomenda sempre que possível. De facto, o trabalho que a moderação exige *per si* justifica a presença de pelo menos outro elemento que se responsabilize pela gestão do “meio” em que a discussão está a ocorrer. Esta pertinência foi particularmente sentida quando os grupos eram de maior dimensão e/ou havia a necessidade de controlar o nível de participação de um ou mais membros do grupo.

A crescente popularidade dos *focus group* a que se fez referência ao longo do presente trabalho encontra-se de algum modo também reflectida no conjunto de manuais que têm sido dedicados nos últimos anos à descrição dos aspectos teóricos e práticos que envolvem a sua realização como é o caso do “*Focus group Kit*” (1998) ou do manual de Krueger e Casey (2009) já na sua quarta edição, ambos editados pela *Sage Publications*. Sob essa perspectiva, espera-se que o presente trabalho possa também contribuir para a disseminação desta metodologia junto da comunidade lusófona, especialmente do ponto de vista da sua inserção em contextos de investigação.

Referências Bibliográficas

Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M. & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research*. London: Sage.

- Galego, C. & Gomes, A. A. (2005). Emancipação, ruptura e inovação: o "focus group" como instrumento de investigação. *Revista Lusófona de Educação*, 5, 173-184. [Disponível em <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/rle/n5/n5a10.pdf>, consultado em 26/07/12].
- Krueger, R. A. & Casey, M. A. (2009) *Focus groups: A practical guide for applied research* (4th Ed.). Thousand Oaks, California: Sage.
- McParland, J. L. & Flowers, P. (2012). Nine lessons and recommendations from the conduct of focus group research in chronic pain samples. *British Journal of Health Psychology*, 17, 492-504. doi:10.1111/j.2044-8287.2011.02050.x
- Mitchell, K. & Branigan, P. (2000). Using *focus groups* to evaluate health promotion interventions. *Health Education*, 100 (6), 261-268.
- Morgan, D. L. (1996). Focus group. *Annual Review Sociology*, 22, 129-152.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus group as qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage.
- Morgan, D. L. (1998). *Planning focus group*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Morgan, D. L. (2010). Reconsidering the role of interaction in analyzing and reporting *focus groups*. *Qualitative Health Research*, 20 (5), 718-722.
- Orvik, A., Larun, L., Berland, A. & Ringsberg, K. C. (2013). Situational factors in focus group studies: A systematic review. *International Journal of Qualitative Methods*, 12, 338-358.
- Rodrigues, V. S., Piecyk, M., Potter, A., McKinnon, A., Naim, M. & Edwards, J. (2007). Assessing the application of *focus group* as a method for collecting data in logistics. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 13(1), 75-94.
- Sagoe, D. (2012). Precincts and prospects in the use of focus groups in social and behavioural science research. *The Qualitative Report*, 17(Art. 29), 1-16. [Disponível em <http://www.nova.edu.ssss/QR/QR17/sagoe.pdf>, consultado em 03/09/2012]
- Stewart, D. W., Shamdasani, P. N. & Rook, D. W. (2007). *Focus groups: Theory and practice* (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage.
- Threlfall, K. D. (1999). Using *focus groups* as a consumer research tool. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5 (4), 102-105.
- Winlow, H., Simm, D., Marvell, A. & Schaaf, R. (2013). Using focus group research to support teaching and learning. *Journal of Geography in Higher Education*, 37(2), 292-303. doi: 10.1080/03098265.2012.696595
- Wutich, A., Lant, T., White, D. D., Larson, K. L. & Gartin, M. (2010). Comparing focus group and individual responses on sensitive topics: A study of water decision makers in a desert city. *Field Methods*, 22(1) 88-110. doi:10.1177/1525822X09349918
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. New York: The Guilford Press.

Isabel Soares Silva

Professora Auxiliar na Escola de Psicologia da Universidade do Minho. É Doutorada em Psicologia do Trabalho e das Organizações, área na qual tem desenvolvido a sua atividade pedagógica, de investigação e de prestação de serviços à comunidade. Os seus atuais interesses de investigação centram-se no domínio da Psicologia Ocupacional.
isilva@psi.uminho.pt

Ana Luísa Veloso

Professora Auxiliar na Escola de Psicologia da Universidade de Minho e Doutorada em Psicologia do Trabalho e das Organizações pela mesma Universidade. Os seus interesses de investigação estão centrados na Psicologia dos Recursos Humanos. Desenvolve para além da atividade de investigadora, intervenções em Organizações com especial relevo em processos de avaliação de desempenho e da formação.
alveloso@psi.uminho.pt

José Bernardo Keating

Professor Associado na Escola de Psicologia da Universidade do Minho, onde coordenou durante quinze anos a investigação e a formação em Psicologia do Trabalho e das Organizações. Atualmente os seus interesses de investigação centram-se nos processos cognitivos envolvidos na tomada de decisão em situações sociais.
keating@psi.uminho.pt

Correspondência

Isabel Soares Silva
Universidade do Minho, Escola de Psicologia, Campus de Gualtar,
4710-057 Braga, Portugal.

Data de Submissão: Janeiro 2013

Data de Avaliação: Abril 2013

Data de Publicação: Abril 2014

