

TÉCNICA DE GRUPO DE FOCO

(Aula 07)



RIBEIRÃO PRETO - SP

Setembro/2014

GRUPO DE FOCO – O QUE É?

- O grupo de foco (ou grupo focal ou dinâmica de grupo) é uma técnica de pesquisa qualitativa que tem como objetivo detectar ideias, sentimentos, percepções, motivações e **atitudes** dos participantes por meio da interação, diálogo e do debate entre entrevistados. É muito utilizada na área de marketing por ser rápida e geradora de insights.
- A discussão é moderada por um pesquisador capacitado para conduzir a dinâmica, normalmente a partir de um roteiro preestabelecido;
- Os participantes em um grupo devem ser homogêneos (com perfis similares). Excepcionalmente utiliza-se perfis heterogêneos, dependendo dos objetivos da pesquisa
- Uma característica fundamental da dinâmica de grupos é observar como os participantes reagem à estímulos e opiniões dos outros, algo que não ocorre em relação a entrevistas individuais.

DICAS PARA CONDUZIR UM GRUPO DE FOCO



DICA 1 –ELABORE UM ROTEIRO DE PESQUISA

- Como em todas as técnicas qualitativas, é imprescindível ter um roteiro para conduzir a discussão do grupo rumo aos objetivos da pesquisa.
- O roteiro deve indicar as técnicas (ex: projetivas, resumo de consenso, etc.) que serão utilizadas, os estímulos a serem aplicados e os tópicos que o moderador deve cobrir na discussão



DICA 2 – ESCOLHA BEM OS PARTICIPANTES

- As pessoas que participarão do grupo focal podem ter características similares (grupo homogêneo), ou características distintas (grupo heterogêneo). Esse critério de escolha depende dos propósitos da pesquisa. Caso o objetivo seja gerar discussões calorosas em torno de um tema, um grupo heterogêneo é mais adequado;
- Os participantes devem fazer parte do alvo da pesquisa (Ex.: consumidores de determinada marca, produto e etc.);
- O número de participantes, em geral, varia de 8 a 12 pessoas, mas é possível fazer mini grupos de 4 a 5 pessoas.



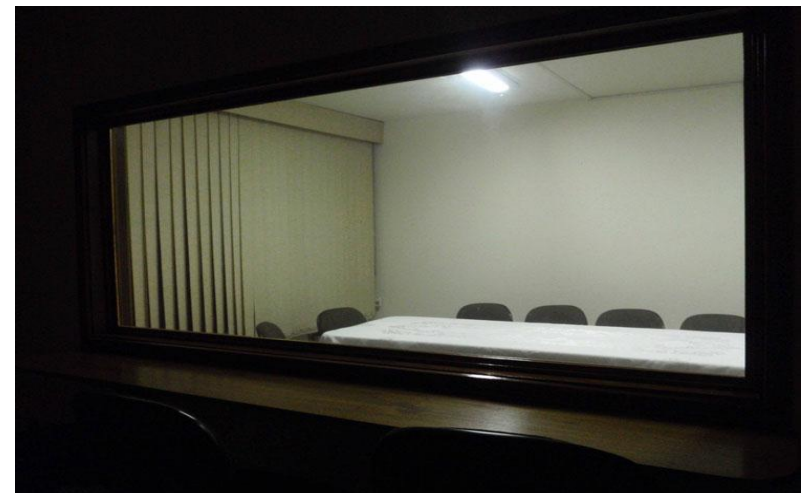
DICA 3 – ESCOLHA BEM O MODERADOR

- O moderador do grupo focal é o indivíduo que vai conduzir as discussões. Ele precisa ter treinamento adequado, a ponto de conseguir provocar a contento os debates, focar pontos fundamentais para a pesquisa, acalmar eventuais ânimos exaltados dos participantes e etc;
- O moderador deve ter o cuidado de não provocar qualquer tendência ou viés nas respostas e reflexões dos participantes.



DICA 4 – ESCOLHA UM LOCAL ADEQUADO

- O grupo focal deve acontecer em um lugar tranquilo e livre de interferências;
- Os participantes devem sentir-se a vontade para dialogarem em torno do tema que está sendo pesquisado;
- Os institutos de pesquisa especializados na realização de grupos focais têm espaços preparados para tal técnica de pesquisa. A “sala de espelho” é um conjunto de duas salas, uma onde se reúnem os pesquisados (em uma parede está um espelho unidirecional) e outra “sala oculta”, onde membros da equipe de pesquisa assistem ao grupo e anotam todas as questões importantes – *vide imagens abaixo*).



DICA 5 – TENHA SEMPRE EM MENTE OS PROPÓSITOS DA PESQUISA NA CONDUÇÃO

- É importante sempre ter em mente o seguinte: o grupo de foco tem objetivos a cumprir, de tal modo que as questões debatidas devem girar em torno desse objetivo. Em muitas situações (sobretudo diante da inexperiência do moderador) os participantes ‘se perdem’ nos debates e nas questões propostas, de tal modo que o propósito final do grupo de foco não é atingido.
- O moderador é o responsável pela condução da dinâmica e assegurar-se de que um participante não monopolize as falas ou que fique sem dizer nada.



DICA 6 – REGISTRE TODAS AS INFORMAÇÕES

- É importante gravar (em vídeo) o grupo de foco. Com isso, é possível resgatar além das falas, também as imagens, gestos dos participantes, as reações a eventuais perguntas e etc.



DICA 7 – TENDE SER OBJETIVO NA ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES

- A quantidade de informações decorrentes de um grupo focal costuma ser grande – o que dá um enorme trabalho na hora de analisar e sistematizar os dados. É importante, portanto, ser objetivo na hora de analisar e sistematizar as informações, sempre rememorando os propósitos e metas gerais da pesquisa.

