

Emancipação, ruptura e inovação: o “focus group” como instrumento de investigação

Carla Galego* & Alberto A. Gomes**

Pretendemos, neste artigo, clarificar e reflectir sobre a génese e a natureza do “focus group” e sobre sua aplicabilidade no campo investigativo das ciências sociais e, em particular, da Sociologia.

Assim optamos por uma descrição do *focus group*, ou seja, pelos aspectos históricos da sua concepção e da sua aplicabilidade inicial. A seguir, uma reflexão sobre a sua inserção no quadro das metodologias investigativas considerando as relações que se estabelecem entre investigador e investigados.

Neste sentido, cabe identificar se essa alternativa pode ser considerada uma técnica ao serviço da investigação ou se, por outro lado, ultrapassa esse limite e pode ser classificada como um método de investigação.

Finalmente, apresentamos uma reflexão acerca de sua operacionalização no quadro das ciências Sociais, tendo em vista a opção por uma abordagem qualitativa dos fenómenos sociais.

Introdução

Um dos eixos fundamentais de qualquer investigação, seja de que natureza for, é o metodológico. Poderíamos dizer, com certa segurança que a metodologia, o enquadramento teórico e a habilidade do investigador na construção do trabalho científico compõem o tríptico que sustenta a investigação científica.

Apesar da obviedade dessa constatação, o delineamento metodológico

* Socióloga, Assistente da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Membro da UID Observatório de Políticas de Educação e de Contextos Educativos.

** Sociólogo, Professor da Universidade Estadual Paulista, campus de Presidente Prudente, Brasil. Membro associado da UID Observatório de Políticas de Educação e de Contextos Educativos, da Universidade Lusófona, Lisboa.

de uma investigação científica tem sido o ponto fulcral, a grande preocupação dos investigadores.

Em razão disso, frequentemente investigadores iniciantes ou experimentados defrontam-se com uma certa apreensão quando procuram definir o caminho da investigação, escolher a técnica de recolha de dados, as associações de técnicas e as formas de refinamento e tratamento da informação recolhida ao longo da investigação de campo.

Assim, em vista destas questões, propusemo-nos, por um lado, reflectir sobre uma estratégia de recolha de dados que, em primeiro lugar, ultrapassa os limites da discussão sobre qualidade e quantidade no tratamento de dados e, por outro, por estar apoiada em pressupostos que vão desde a antropologia ao *marketing*, permite aflorar as diversas dimensões e visões de diferentes indivíduos sobre um tema previamente definido dentro de um grupo. Estamos nos referindo ao *focus group*.

1. Antecedentes históricos

O *focus group*, embora encontre as suas raízes históricas em Robert King Merton, mais precisamente no ano de 1941, é uma forma de recolha de dados que só a partir da década de 1980 se desenvolveu mais intensamente como importante estratégia de pesquisa por parte dos cientistas sociais.

Merton fazia parte de um daqueles grupos de cientistas que defendia a ideia de que as perguntas fechadas nem sempre proporcionavam respostas mais exactas, dizendo que os resultados das pesquisas podiam ser involuntariamente influenciados, por descuido ou omissão, aquando da construção de questionários, além de que o entrevistado era limitado nas suas respostas, na sequência do controlo exercido pelo entrevistador e pelas respostas fechadas. Para responder a este problema, Merton vinha a desenvolver, desde a década de 1930, um sistema que consistia em perguntar a uma audiência de pessoas, para que descrevessem as suas respostas com o intuito destas poderem vir a conduzir a novas linhas de reflexão (Saumure, 2001).

Neste sentido, Merton, a convite de Paul Lazarsfeld para o ajudar na sua tabela de respostas da audiência de programas de rádio, aplica o primeiro *focus group* que teve lugar no *Office of Radio Research at Columbia University* em 1941, facto que o faz ser considerado, unanimemente por parte da comunidade científica, o “pai” do *focus group*.

Lazarsfeld reuniu um grupo de pessoas que representavam a típica audiência de rádio e deu-lhes alguns botões com diferentes cores para pressio-

narem quando achavam num programa aspectos positivos ou negativos. O contributo de Merton para este processo foi reunir os membros da audiência no final de cada sessão para perguntar em detalhe quais os verdadeiros motivos das suas respostas, isto é, porque é que identificaram determinado aspecto positivo ou negativo no programa.

Embora Merton tenha de início aplicado esta técnica em programas de rádio, mais tarde estendeu-a a outras instâncias relacionadas com os *media*, por exemplo, a programas de propaganda e de treino de militares americanos.

O *focus group*, portanto, pode ser considerado como uma técnica qualitativa de recolha de dados, com a finalidade de obter respostas de grupos a textos, filmes e questões relacionadas com programas de rádio. A proposta inicial era de através de uma “entrevista focalizada” com roteiros de questões, obter respostas de um grupo de indivíduos seleccionados previamente pelos investigadores, tendo em vista um tópico de pesquisa, cujo objectivo central seria obter, através da introspecção de diferentes sujeitos, informações sobre a vida diária e sobre as formas pelas quais cada indivíduo é influenciado por outros em situação de grupo e como ele próprio influencia o grupo. A finalidade principal dessa modalidade de pesquisa era extrair das atitudes e respostas dos participantes do grupo, sentimentos, opiniões e reacções que se constituíam num novo conhecimento.

Actualmente, o *focus group* apresenta quatro áreas distintas de actuação, a saber: pesquisas de mercado; investigação científica; investigação *non-profit*; e, investigação-acção participante (Saumure, 2001).

Entretanto, durante um longo período, o *focus group* foi relegado para segundo plano pelos cientistas sociais e foi privilegiado como técnica de marketing, o que, entretanto, não impediu que os investigadores da área das Ciências Sociais se dedicassem a contruir formas de recolha de dados que superassem os tradicionais questionários com questões fechadas. Isso levou ao desenvolvimento de técnicas de entrevistas não-directivas, sem que, no entanto, isso assegurasse a valorização do *focus group* como técnica de investigação pelas Ciências Sociais¹.

O que se observa até os anos 1980 é o uso da técnica nas pesquisas de mercado, pesquisas eleitorais e, em alguns casos, treinamento de pessoal (Morgan, 1997; Suter, 2004).

A partir de então, a técnica tornou-se extensamente conhecida por investigadores da área de Ciências Sociais, para a abordagem de determinados temas com mais profundidade, revelando certas características de um grupo

e dos indivíduos que o compõem, que outras técnicas não permitem alcançar.

Um aspecto importante a ser destacado é que o *focus group* tem sido adoptado por uma vertente de investigadores das ciências sociais, de larga tradição nas investigações qualitativas.

2. Focus group: método ou técnica

Tendo já sido feita a descrição de alguns aspectos históricos do *focus group*, enquanto instrumento metodológico, reflectiremos agora sobre a classificação. Ou seja, será o *focus group* um método próprio para a produção do saber, ou, antes, uma técnica ao serviço desse mesmo método.

Na revisão de literatura verificamos que há autores que consideram o *focus group* como um método (Morgan, 1997; Suter, 2004), ao passo que outros o consideram como uma técnica (Saumure, 2001). Para desenlaçarmos este nó apresentamos uma reflexão explicativa, ainda que breve, da natureza da sua classificação metodológico-científica.

Etimologicamente, método (*méthodos*) e técnica (*tékhne*) são dois termos de origem grega, que se apresentam indissociáveis. Se *méthodos* quer dizer caminho, via, rota, *tékhne* significa arte. Então, se método é o caminho de se chegar a um resultado, a técnica é a arte de caminhar até esse resultado.

Por outras palavras e na terminologia científica, método pode ser definido como processo racional através do qual se atinge um fim previamente determinado, o que pressupõe um conhecimento prévio dos objectivos que se pretendem atingir, bem como das situações a enfrentar, recursos e tempo disponível. Trata-se pois de uma acção planeada baseada num quadro de procedimentos sistematizados e previamente conhecidos, podendo comportar um conjunto diversificado de técnicas. A técnica, por sua vez, define-se pela minuciosidade de cada um desses procedimentos que permitem operacionalizar o método segundo normas padronizadas.

Embora o *focus group* se constitua como um processo racional que pressupõe um conhecimento prévio dos objectivos que se pretendem atingir, bem como um processo que tem subjacente etapas preliminares à sua aplicação, em termos de resultado final, não é mais do que um diamante em bruto que precisa ser lapidado. Isto porque o resultado obtido no decorrer da entrevista, não é um simples aglomerado de informações, mas a matéria-prima para que se possa chegar à produção do verdadeiro saber científico. Desse ponto

de vista, o *focus group* pode ser classificado como uma técnica.

Mas se formos mais além, podemos classificar o *focus group* como método, pois se um método pode comportar um conjunto diversificado de técnicas, o *focus group*, que encerra em si a técnica da entrevista não-direcionada e da observação, pode conjugar outras técnicas, como a análise do discurso, que permitam lapidar os dados recolhidos.

Esta reflexão pode sugerir que entramos em mais um dos dilemas sócio-metodológicos. Será o *focus group* um método ou uma técnica? Não se trata disso. O que é fundamental aqui é ter clareza dos limites e alcances da técnica e/ou do método.

Portanto, para escaparmos deste enlace, é de crucial importância esclarecer que o delineamento teórico do estudo que pretendermos empreender será determinante na escolha da estratégia metodológica a seguir. Se a inclinação dessa escolha recair sobre o *focus group*, determinaremos se este será a única estratégia de recolha de informação (método), ou se será um instrumento complementar na triangulação da recolha e análise de dados (técnica).

O *focus group*, tal como em qualquer outro tipo de pesquisa de natureza qualitativa, tem por finalidade procurar o sentido e a compreensão dos complexos fenómenos sociais, onde o investigador utiliza uma estratégia indutiva de investigação, sendo o resultado amplamente descritivo. Contudo, os propósitos que o caracterizam contribuem para a sua especificidade funcionando como directrizes para a sua escolha em determinados tipos de estudo.

Segundo David L. Morgan (1997), o *focus group* é uma técnica qualitativa que visa o controle da discussão de um grupo de pessoas, inspirada em entrevistas não directivas. Privilegia a observação e o registo de experiências e reacções dos indivíduos participantes do grupo, que não seriam possíveis de captar por outros métodos, como, por exemplo, a observação participante, as entrevistas individuais ou questionários.

O *focus group*, comparado a outras técnicas e/ou métodos, proporciona uma multiplicidade de visões e reacções emocionais no contexto do grupo. Se, por um lado, pode ser considerada como acção não natural que pode inibir a espontaneidade do grupo, por outro, por ser uma acção previamente organizada e dirigida a um grupo determinado, permite ao investigador maior agilidade na recolha de dados, o que não se assegura em técnicas e/ou métodos não-directivos.

O *focus group*, como foi referido, pode servir a vários propósitos dife-

rentes, podendo ser utilizado isoladamente ou conjugado com outras técnicas. Essa flexibilidade permite que o *focus group* seja utilizado como técnica de recolha primária de dados, ou em contexto que se torna necessária maior profundidade (Morgan, 1997).

Como refere Kristie Saumure (2001), historicamente os investigadores citam quatro importantes propósitos para a sua utilização. Primeiro, diz que podemos usar o *focus group* para compreender a relação entre causa e efeito perguntando às pessoas coisas acerca desse relacionamento. Podemos também fazer esta aplicação para nos ajudar a clarificar resultados invulgares, assim como para verificar conjecturas. Por fim, pode ser usado como interpretação alternativa aos resultados da pesquisa.

Para além destes propósitos históricos, esta autora ainda refere outros mais recentes, configurados por David W. Stewart e Prem N. Shamdasani.

Assim, encontramos, muitas vezes, este instrumento de pesquisa associado a pesquisas exploratórias que permitem fornecer importantes antecedentes sobre o conhecimento em áreas desconhecidas. Este tópico pode também ser utilizado em pesquisas de natureza quantitativa. O *focus group* pode ser usado para discutir com mais profundidade informações quantitativas, assim como clarificar esses mesmos resultados. Pode ainda contribuir para gerar hipóteses para pesquisas futuras. Permite também detectar problemas em programas, produtos e serviços, além de ajudar a fornecer impressões gerais desses programas, produtos e serviços. Por último, o *focus group* pode ser um instrumento fundamental na criação de questionários, na medida em que através dos investigadores se podem ouvir o que as pessoas têm a dizer acerca da área a investigar.

Através do exposto, verificamos que o uso do *focus group* como técnica e/ou método de investigação científica tem ampliado cada vez mais os seus propósitos, estando esses propósitos, de certa forma, a cargo da criatividade metodológica do investigador. Este é, pois, o grande desafio que se coloca ao investigador, mas também uma garantia de inovação e criatividade num esforço de responder às múltiplas problemáticas que este tem de enfrentar.

3. Reposicionamento da relação sujeito-objecto no processo de investigação científica

A sociologia positivista procura, na sua essência, atribuir uma inteligibilidade aos dados passíveis de serem contabilizados e, aparentemente, incoerentes que se deparam na realidade social. Este é um processo que

exige a separação e o isolamento dos elementos, para análise de relação, na tentativa de encontrar uma inteligibilidade para o conjunto social.

Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (2001) referem que “a estratégia da investigação científica não pode, pois, ser definida, à maneira da filosofia clássica, invocando normas lógicas tidas por imutáveis e procurando fixar para sempre condições de possibilidade e de coerência da ciência” (p. 11), pois mais do que repetir saberes, a investigação científica, deve dar lugar à construção de saberes, em que a ligação objectiva entre causa e efeito, como refere Tuckman (2000), não pode ser meramente uma ligação «construída» pelo sujeito epistémico.

Esta é pois a grande inovação do *focus group*, já que, em nosso entender, supera os dualismos redutores que opõem em termos absolutos sujeito-objecto, ao mostrar que, 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-descobrimo-se e, portanto, emancipando-se.

Numa sociedade cada vez mais mutável, onde o excesso de informação afigura-se de difícil gestão para a actuação dos actores sociais nos diversos níveis da acção pessoal, social e profissional, este instrumento permite não só que se crie um espaço de debate em torno de um assunto comum a todos os intervenientes, como também permite que através desse mesmo espaço os participantes construam e reconstruam os seus posicionamentos em termos de representação e de actuação futura.

Perante tal situação, permite-nos também, a nós investigadores, observar a construção do conhecimento numa situação real de dinâmica de grupo, onde são analisadas as relações que vão acontecendo, tendo por base as opções de cada elemento do grupo. O conhecimento constitui aqui um valor crítico e reflexivo, com carácter dinâmico e operativo, podendo esta simbiose contribuir para o evoluir da pessoa e das sociedades. Ou seja, o emergir de novas atitudes e mentalidades.

A importância do papel do conhecimento na evolução social é cada vez mais indispensável na evolução da democracia, pois como diz Toffler, “o conhecimento é a fonte de um poder mais democrático” (cit. por Tuckman, 2000, p. XXI), logo uma questão de cidadania responsável.

O *focus group* talvez seja a grande oportunidade dos cientistas sociais, e dos sociólogos em particular, de finalmente poderem ver na prática os efeitos das suas pesquisas e realizarem o sonho descrito por Remi Hess:

Todos os sociólogos sonharam num dia ou noutro que os seus trabalhos,

poderiam ter um efeito social. Todo o sociólogo teve o desejo de ver as suas pesquisas modificar a sociedade. Por detrás de qualquer sociologia dormita a ideia de mudança social. (cit. por Guerra, 2000: 9)

4. Como se contritui um focus group

Qualquer tipo de investigação exige cuidados éticos e, quando se trata de investigação na área das Ciências Sociais, parece que essa responsabilidade aumenta mais ainda, por envolver aspectos referentes à intimidade e subjectividade dos sujeitos.

No caso específico do *focus group*, o cuidado inicia-se com a selecção dos participantes até à forma como se vai lidar com os dados recolhidos, informações dadas em confiança ao moderador/investigador. Essa preocupação é decisiva para a constituição do ou dos grupos, pois relaciona-se com o perfil dos participantes, o tamanho de cada grupo, o número de grupos a serem trabalhados e o nível de intervenção do moderador. Este pacto de confiança entre os indivíduos que participam do grupo e o moderador/investigador deve ter por suporte o anonimato e a confidencialidade.

Além disso, antes de qualquer procedimento em relação à constituição de *focus groups*, é imprescindível que se tenha claro um problema a ser investigado, mesmo que preliminarmente. A opção pela construção do problema junto aos participantes do grupo é válida, embora exija uma série de outros cuidados que abordaremos mais à frente quando tratarmos da possibilidade de conciliação com outras técnicas/métodos.

Definidos os critérios e variáveis que nortearam a constituição do *focus group*, é importante que o desenho segmentado dos grupos siga como critério geral o equilíbrio entre a homogeneidade e a heterogeneidade. Por exemplo, se os grupos têm sujeitos cuja característica principal seja fazerem parte de um programa de educação de adultos (critério de homogeneidade) a constituição dos grupos pode levar em conta as diferenças de idade, sexo, origem geográfica, entre outros. Estas variáveis serão definidas de acordo com a natureza do problema a ser investigado.

Os *focus groups* são, portanto, formados por indivíduos com características comuns. Deve-se assegurar o equilíbrio entre uniformidade e diversidade do grupo.

A escolha das variáveis para a definição do perfil do grupo depende da natureza do objecto de estudo. Para o desenvolvimento da técnica requer-se a figura do moderador/investigador que deve exercer um papel de lideran-

ça, procurando, entretanto, não interferir na dinâmica do grupo.

As reuniões e/ou sessões de trabalho são coordenadas por esse moderador/investigador, cuja função é promover a participação e a interação de todos os indivíduos, assegurando que não haja dispersão em relação aos objectivos previamente estabelecidos e que algum dos participantes se sobreponha ao grupo.

Estes objectivos podem ser propostos pela equipa de investigadores e/ou combinados com o próprio grupo. Cabe ainda ao moderador proporcionar um clima favorável à exposição de ideias por todos os participantes, sem que haja excessiva interferência sua ou monopólio da palavra deste ou daquele membro.

O *focus group* pode ser utilizado como técnica de pesquisa exploratória para o levantamento de dados preliminares sobre determinado objecto de pesquisa. Pode ser usado também para avaliar ou desenvolver um programa particular de actividades como, por exemplo, o planeamento global de uma escola. Ou ainda, para compreender os efeitos da globalização nas reformas educativas e nas políticas de equidade e de inclusão.

Na organização do *focus group* os investigadores devem planear cuidadosamente todas as etapas do trabalho, que requer mais directividade do que outros tipos de investigação, pois, além de tratar-se de uma entrevista em grupo, reúne sujeitos diferentes e constitui-se em situação de excepcionalidade, tanto para o investigador quando para os membros do grupo seleccionado.

A literatura indica que cada *focus group* seja composto entre seis e doze participantes, não excedendo cinco grupos por projecto de investigação (Morgan, 1997; Suter, 2004).

5. O papel de moderador/investigador

O moderador, como expusemos anteriormente, tem o papel de um agente facilitador do grupo e tem, como uma das suas tarefas fundamentais, a de apresentar aos membros do grupo explicações claras e objectivas sobre o trabalho a ser desenvolvido.

Naturalmente, exige-se que o moderador/investigador tenha experiência na condução de trabalhos com grupos e seja capaz de promover o debate, fazendo perguntas abertas e lançando desafios aos participantes.

É desejável que o moderador/investigador tenha conhecimento das características dos membros do grupo, especialmente sobre as diferenças en-

tre os membros, detalhes sobre as relações entre eles que possam favorecer a interpretação e a análise dos dados a recolher.

Ressalve-se a fundamental importância da participação do moderador/investigador no processo de decodificação, interpretação e análise dos dados, pois ele possui informações privilegiadas sobre expressões faciais, gestos, tom de voz e os contexto dos discursos.

6. Conjugação do focus group com outras alternativas metodológicas

Historicamente, as investigações de natureza qualitativa tem privilegiado a observação participante ou a entrevista individual como principais opções metodológicas. Porém, como ilustra Morgan (1997), há sempre a possibilidade de conciliação entre alternativas metodológicas, sendo que uma pode suprir a deficiência da outra e beneficiar de suas virtudes.

Quando o autor se refere ao *focus group* e à observação participante, aponta que, no primeiro caso, trata-se de uma abordagem pouco natural e, no segundo caso, há uma grande demora para que o pesquisador se instale e ganhe a confiança do grupo. Levando em conta esta comparação, sugere que é possível conciliar o *focus group* com a observação participante. Assim, a observação participante é mais adequada a estudos etnográficos, ao passo que o *focus group* pode funcionar como forma de antecipar informações sobre o grupo e os sujeitos que o compõem, o que certamente demoraria mais a ser apurado com a observação participante.

Em relação à entrevista individual, esta assegura um maior controlo da informação por parte do investigador, enquanto que o *focus group* permite, ainda que com menor profundidade, acesso a um maior volume de informações de um maior número de sujeitos.

Como se pode observar há muitos usos para o *focus group*, isoladamente ou em combinação com outras alternativas metodológicas. Porém, fundamentalmente, essa técnica/método tem como grande virtude o seu carácter exploratório, o que nos permite construir desenhos de pesquisas que o valorizem conjugados com modos de investigação como os *surveys*, a pesquisa experimental, a observação participante e entrevistas individuais.

O argumento principal para essa proposição é o de que nenhuma alternativa metodológica é auto-suficiente e não há obstáculos intransponíveis entre abordagens metodológicas distintas.

7. Análise e interpretação dos dados

Considerando-se as questões expostas anteriormente, alguns cuidados são necessários para a análise e interpretação dos dados recolhidos.

Como vimos, a riqueza de dados que podem ser reunidos através do uso do *focus group* exige dos investigadores um procedimento metódico que assegure objectividade no tratamento desses dados e num maior aproveitamento possível das informações que tenham sido facultadas pelos sujeitos participantes.

Assim, recomenda-se que:

1. O moderador/investigador deve participar da análise dos dados, pois ele possui informações privilegiadas sobre as expressões faciais, o tom de voz usado pelos participantes, o contexto das falas e o clima da discussão. É necessário transcrever as discussões gravadas;

2. Seja elaborado um plano descritivo das falas, que consiste na apresentação das ideias expressas, bem como nos apoios e destaques para diferenças entre as opiniões e discursos do *focus group*;

3. A análise deva extrair tudo o que for relevante e associado com o tema ou com a categoria pré-estabelecida. As categorias também podem ser geradas a partir das informações obtidas. O guia usado pelo moderador/investigador pode servir de esquema inicial para definição das categorias;

4. A análise deve tentar captar as ideias principais que apoiem as conclusões. Os analistas podem buscar tendências e formular tentativas de conclusões sobre as conexões encontradas;

5. Deve ser elaborado um relatório com os resultados do *focus group*, evitando generalizações e acentuando as relações entre os elementos identificados, pontuando ou avaliando as interpretações dos participantes.

8. Limites e possibilidade do *focus group*

Como todo procedimento metodológico, o *focus group* tem suas vantagens e seus riscos. Suas grandes vantagens podem ser assim enumeradas: a) baixos custos; b) rapidez na recolha de dados; c) flexibilidade do formato; d) e, possibilidade de conciliação com outras modalidades de investigação.

Além disso, os grupos podem experimentar sentimentos de emancipação e desenvolver relacionamentos de reciprocidade entre os membros do grupo, podendo ocorrer até uma certa independência do grupo em relação ao moderador/investigador.

Entretanto, uma de suas principais limitações é estar sempre sujeita à interferência do moderador/investigador e as dispersões próprias de grupos heterogêneos.

Morgan (1997) chama-nos a atenção para esse aspecto quando diz que as grandes virtudes do *focus group* são a confiança na habilidade do pesquisador, a sua eficiência e rapidez na recolha de dados em relação à observação participante.

O facto dos investigadores criarem ou dirigirem os grupos torna as intervenções mais artificiais, o que pode influenciar os resultados alcançados. Além disso, o próprio grupo pode influenciar a natureza dos dados produzidos.

Correspondência

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
UID Observatório de Políticas de Educação e de Contextos Educativos
Campo Grande, 376, 1749-024 Lisboa - Portugal
cgalego@yahoo.com
alberto@prudente.unesp.br

O presente artigo constitui parte de uma pesquisa realizada no âmbito do Projecto *Educando o cidadão global: globalização, reforma educacional e políticas de equidade e de inclusão em 12 países. O caso português*, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia no âmbito do Programa POCTI (POCTI/CED/56992/2004). Mais Informação disponível em: <http://www.paulofreireinstitute.org/> e <http://www.uid-opece.net/>

Notas

¹ O *focus group* é referido como uma técnica utilizada por profissionais de *marketing* e que actualmente tem sido apropriada por investigadores de diversas áreas do conhecimento como antropólogos, sociólogos, psicólogos, educadores, enfermeiros dentre outros profissionais.

Referências bibliográficas

- Guerra, I. C. (2000). *Fundamentos Processos de Uma Sociologia de Acção - O Planeamento em Ciências Sociais*. Cascais: Principia.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus group as qualitative research* (2ª ed. Vol. 16). London: Sage University Paper.
- Saumure, K. (2001). *Focus Group - An Overview*. Retrieved 15 de Julho de 2004. http://www.slis.ualberta.ca/cap02/kristie/focus_group_paper.htm
- Silva, A. S., Pinto, J. M. (orgs). (2001). *Uma visão global sobre as Ciências Sociais* (11 ed.). Porto: Edições Afrontamento.
- Suter, E. A. (2004). *Focus Group in Ethnography of Communication: Expanding Topics of Inquiry Beyond Participant Observation*. Retrieved 26 de julho, 2004, from (<http://www.nova.edu/ssss/QR/QR5-1/suter.html>)
- Tuckman, B. W. (2000). *Manual de Investigação em Educação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.