

Área Temática: Ensino de Administração

Título: O Grupo Focal como Estratégia Metodológica em Administração

AUTORAS

NILDES R. PITOMBO LEITE

UNINOVE – Universidade Nove de Julho

nildespitombo@consensopg.com.br

ELIANA VICENTE LEOCADIO

UNINOVE – Universidade Nove de Julho

elianavl@uninove.br

TATIANE DO CÉU SILVEIRA SANTOS

UNINOVE – Universidade Nove de Julho

tatslv@yahoo.com.br

SIBELE GOMES DE SANTANA

UNINOVE – Universidade Nove de Julho

sibele@uninove.br

Resumo

Buscou-se, neste artigo, responder à questão de como o grupo focal pode ser utilizado como estratégia metodológica para ser aprofundada na pesquisa e no processo de ensino-aprendizagem em Administração, consoante com os objetivos de analisá-lo e discuti-lo, por meio de reuniões com seis grupos focais, subdivididos em três, compostos por estudantes de mestrado, doutorado e iniciação científica de duas universidades distintas, ambas na cidade de São Paulo. Foi utilizado o método da análise do conteúdo das discussões desses grupos, associado aos fundamentos teóricos. Após discutir, epistemologicamente, os aspectos ligados ao grupo focal e suas características, também em resposta à questão formulada, é possível afirmar que os resultados obtidos com esses seis grupos são válidos por considerar-se que o método foi usado para um problema adequado à investigação. As evidências que apoiaram as interpretações estiveram claras e podem ser verificáveis, quer por fatos, que pela segurança nas teorizações e argumentações. Nesta pesquisa, o grupo focal apresentou peculiaridades que o distinguem de outros contextos vistos na literatura e é possível se conjecturar que, a procura de significados, cuja abrangência de propósitos se diferencia em relação a outros campos de estudo, pode significar uma contribuição para futuras pesquisas no campo da Administração.

Palavras-Chave: Grupo Focal. Estratégia Metodológica. Administração.

Focus Group as Methodological Strategy in Administration

Abstract

This article aims at addressing the question of how the focus group can be used as a methodological strategy to be pursued further in Administration research. It is based on an academic project designed to review and discuss the educational process occurring through meetings of six focus groups consisting of students in masters, doctoral, and scientific initiation programs in two separate universities, both in the city of Sao Paulo, Brazil. Content analysis of the discussions of these groups was used. After epistemological discussions of aspects relating to focus groups and their characteristics, it is clear that the results obtained with these six groups are valid, considering that the method was used for a problem suitable for research. Evidence showed peculiarities in the focus groups in this research that distinguish them from other contexts seen in the literature, and it is possible to conjecture that the search for meaning, whose breadth of purpose is different compared to other fields of study, may represent a contribution to future research in the field of Administration.

Keywords: Focus Group. Methodological Strategy. Administration.

1. Introdução

Tomando-se por base o que foi reiterado por Bunchaft e Gondim (2004), são duas as principais abordagens na produção do conhecimento científico em ciências sociais: a nomotética, positivista ou quantitativa, na qual se valoriza a mensuração e o tratamento estatístico das variáveis como meios para a construção do conhecimento válido e generalizável; a hermenêutica, interpretativista ou qualitativa em que o enfoque recai na compreensão de um contexto particular, respaldada na interpretação, na busca de significado, na subjetividade e na intersubjetividade.

Em Administração, ainda preponderam as pesquisas que se valem de delineamentos restritos aos estudos experimentais e levantamentos de campo, expostos em manuais conhecidos de pesquisa nessa área do conhecimento, de acordo com Cooper e Schindler (2003). Tal fato, quicá seja justificado pela constituição da ciência da Administração em um momento de apogeu do positivismo. Alguns estudos, a exemplo de Patton, 2002; Denzin e Lincoln, 2000; Merriam, 1998; Morgan e Smircich, 1980, mostram que, no campo da Administração a pesquisa qualitativa ainda é pouco reconhecida. Minayo (2004) atribui a possibilidade desse pouco reconhecimento, ao fato de que essa abordagem se apresenta, prioritariamente, com universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos, não podendo, portanto, ser reduzidos à operacionalização de variáveis e, em consequência, ser quantificáveis.

Entretanto, conforme salientado por Godoy (1995 a, b, c), a partir da década de 70 pode ser verificado o incremento no interesse e desenvolvimento de pesquisas que se utilizam de abordagem qualitativa, na qual, o cunho é exploratório o caráter é descritivo e a tentativa de compreender os fenômenos estudados em sua complexidade recai na perspectiva dos participantes. Fundamentalmente, diz-se que a abordagem qualitativa pode ser definida como a que toma por base, principalmente, análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise de dados, de acordo com Vieira e Zouain (2004). Em termos práticos, Nunan (1994) considera que não faz sentido separar, rigidamente, as abordagens quantitativa e qualitativa, até porque, ambas podem contribuir no desenvolvimento de um processo de investigação. Para Flick (2004), ambas as abordagens privilegiam a visão complementar, em lugar de excludente ou competitiva.

Numa incursão pela demanda de esclarecimentos, qualquer que seja a abordagem e, recorrendo-se a Turato (2003), tem-se que a metodologia viabiliza o método, que viabiliza a técnica, que, por sua vez, viabiliza os procedimentos. Se focados os métodos tomem-se, por exemplo, o estudo de caso; a pesquisa documental; as histórias de vida; a etnografia. Focando-se nas técnicas, das quais usualmente a abordagem qualitativa se vale, considerem-se como exemplos as entrevistas narrativas, episódicas, grupais, individuais; o grupo focal; a observação participante. Neste artigo privilegiam-se a metodologia qualitativa, o método fenomenológico e, especificamente, a técnica do grupo focal.

Salientando-se que as manifestações da prática da Administração indicam necessidade de elucidação de possibilidades de abordagens dessa técnica para tratá-la adequadamente, registre-se que as pesquisas teóricas desenvolvidas ao longo dos últimos anos, em ciências sociais e humanas, (OLIVEIRA e FREITAS, 2006; GATTI, 2005; RUEDIGER e RICCIO, 2004; KIND, 2004; COOPER e SCHINDLER, 2003; GASKELL, 2002; BERG, 1998; MORGAN, 1997; POWELL e SINGLE, 1996; KRUEGER, 1994; KITZINGER, 1994; PARASURAMAN, 1986) indicam: no grupo focal o objeto de análise é a interação entre os

integrantes do grupo, na qual os participantes influenciam uns aos outros durante a discussão, estimulados por questões ou comentários fornecidos pelo moderador da sessão.

O grupo focal, conforme encontrado na literatura consultada e nas palavras de Oliveira e Freitas (2006, p. 329), tanto "pode ser considerado um método de pesquisa com conteúdo próprio" para examinar questões de pesquisa conhecidas a partir da perspectiva dos participantes, quanto como "uma técnica de coleta de dados que pode ser usada conjuntamente com outros métodos" ou como uma pesquisa para esclarecer resultados de outros estudos. Kind (2004) o assume como uma técnica de coleta de dados, justificada pelo fato de acreditar na necessidade de uma utilização conscienciosa. Essa autora salienta que tal técnica se encontra fundamentada na tradição do trabalho com grupos, na sociologia e na psicologia social crítica.

1.1 O contexto da pesquisa

Trata-se, nesta pesquisa, o grupo focal, como principal instrumento de coleta de dados, a exemplo de Bunchaft e Gondim (2004) e Gui (2003), sob a égide de um modelo grupal em processo de ensino-aprendizagem, orientado por um ou mais professores, de modo que os alunos possam, futuramente, obter condições necessárias a: apresentar casos de ensino em que o grupo focal foi utilizado, na prática; apresentar e discutir resultados de pesquisas em que foi utilizado o grupo focal como técnica de investigação. Por ora, discutem-se os aspectos ligados ao grupo focal e suas características como estratégia de ensino-aprendizagem e aprofundamento na pesquisa em Administração.

Seus objetivos delineiam-se, portanto, como os de analisar e discutir o grupo focal como estratégia metodológica em Administração. Com a consecução de tais objetivos busca-se responder à questão de como o grupo focal pode ser utilizado como estratégia metodológica para ser aprofundada na pesquisa e no processo de ensino-aprendizagem em Administração.

A relevância de contextualizar o grupo focal, na presente pesquisa, reside no fato de ele ser considerado como uma técnica de coleta mais conhecida nas áreas de marketing e saúde, conforme ressaltado por Gondim (2003) e ainda pouco conhecido e utilizado como método de investigação em Administração, em geral. Faz-se necessário, portanto, estudar os seus fundamentos no campo da Administração.

A abordagem filosófica de Abbagnano (2003, pp. 475 - 476) sugere que fundamento é causa, no sentido de razão de ser. Esse significado contém a explicação e a justificação racional da coisa da qual é causa. Na doutrina aristotélica, causa é razão e a "causa-razão é um conceito ontológico que expressa a necessidade do ser enquanto substância". Com base nessa abordagem, adota-se como pressuposto teórico primordial, neste artigo, a máxima "fala-se em fundamento todas as vezes em que a preferência ou a escolha é justificada ou quando a realização da alternativa é explicável".

Assim, a primeira escolha dá-se, aqui, pela abordagem de pesquisa qualitativa. O termo pesquisa qualitativa, para Ikeda (2009), abrange uma diversidade de conceitos, métodos, técnicas e procedimentos e, para a autora, se por um lado isso pode obscurecer o seu entendimento, por outro pode promover novos, criativos e eficazes caminhos no campo da Administração.

Contemplando tal diversidade e, como método de investigação crítico, criterioso, rigoroso e sistemático da fenomenologia, Moreira (2004) explicita que o método fenomenológico se originou no campo da especulação filosófica no início do século XX e, gradativamente vem angariando seu reconhecimento como uma abordagem à pesquisa qualitativa, em vários campos de estudos, dentre eles, a Administração.

Com o método fenomenológico registre-se, então, a segunda escolha nesta pesquisa, atentando-se para os fatos: tal método demanda, de acordo com Rocha-Pinto, Freitas e Maisonnave (2010), que a experiência manifestada por intermédio da linguagem dos participantes do estudo seja julgada como insumo principal do processo da pesquisa – sua fonte primária de dados – ancorada no significado dessa experiência; é importante estudar as bases epistemológicas desse método, mas entender que um fator determinante é a vivência da experiência, o processo de reflexão que ela proporciona ao pesquisador, o qual deve incorporar a figura de um espectador atento e sintonizado ao que está sendo relatado, conforme Silva (2006); ao abordar os domínios filosófico e empírico, Moreira (2004) alerta para os riscos de interpretação na transposição do método fenomenológico da filosofia para a pesquisa empírica, feita com adaptações e rigorosas concessões; esse método procura resgatar os significados atribuídos pelos sujeitos ao objeto que está sendo estudado, bem como é exigente de que se admita o peso da subjetividade na interpretação dos dados, segundo Gil (2009).

Considere-se válido salientar o que, no domínio filosófico Abbagnano (2003) esclarece: fenômeno designa o objeto específico do conhecimento humano que aparece sob condições particulares, característicos da estrutura cognoscitiva do homem; fenomênico é o adjetivo que qualifica o objeto que se revela no fenômeno; fenomenologia é a ciência que tem como objetivo a descrição daquilo que aparece. Significa um conceito de método, um ‘como’; fenomenológico é tudo aquilo que é inerente ao modo de demonstrar e de explicitar e tudo aquilo que exprime a conceituação implícita na investigação. É um adjetivo que qualifica a manifestação do objeto em sua essência, bem como a busca que possibilita essa manifestação. Pode-se falar em objeto fenomênico, mas deve-se falar em investigação fenomenológica.

No domínio empírico o objeto de estudo pode depender das pretensões do pesquisador quanto ao tipo de informação que mais lhe interessa. Os fenômenos subjetivos retratam a crença de que verdades essenciais acerca da realidade são baseadas na experiência vivida. Moreira diz que o método fenomenológico aborda o contexto da descoberta de conhecimentos, enquanto o método positivista trata do contexto da verificação. Ikeda e Moreira convergem no pensamento de que já pode ser verificada expressiva ênfase no desenvolvimento de pesquisas que se utilizam de outras orientações não positivistas, reforçando Godoy (1995 a, b, c).

Torna-se relevante lembrar que, no caso da pesquisa qualitativa, em geral, e do método fenomenológico, em particular, o objetivo é explorar e desvendar conhecimentos por intermédio da experiência vivida do sujeito. Justifica-se, assim, a terceira escolha, neste artigo, qual seja a de tomar os fundamentos teóricos prioritariamente centrados na técnica do grupo focal como investigação científica, a qual, de acordo com Kitzinger (1994) cresceu em uso desde o início dos anos 1980. Procede-se, a partir deste ponto, uma compilação de alguns estudos voltados para essa estratégia metodológica.

2. O grupo focal e seus fundamentos teóricos

O grupo focal pode ser conceituado como um tipo de entrevista em profundidade, realizada em grupo, cujas reuniões têm características definidas quanto à proposta, ao tamanho, à

composição e aos procedimentos, de acordo com Oliveira e Freitas (2006). Tal conceituação encontra, parcialmente, respaldo em Morgan (1997), pelo qual o grupo focal é considerado uma técnica intermediária entre a observação participante e a entrevista aberta, sem que uma técnica substitua a outra, e se utiliza, explicitamente, da interação grupal a respeito de um tema, em um período limitado. Nessa consideração, a pluralidade das idéias é o que se busca, o que possibilita ao pesquisador aprofundar a compreensão das respostas obtidas. Powell e Single (1996) defendem que um grupo focal se constitui um conjunto de pessoas selecionadas e reunidas por pesquisadores para discutir e comentar um tema que seja objeto de pesquisa a partir de sua experiência pessoal. Nesse sentido e pelo contexto da interação, ele faz emergir uma multiplicidade de pontos de vista e processos emocionais que permitem a captação de significados que, em outros meios, poderiam ser difíceis de manifestar, conforme afiança Gatti (2005).

A visão do grupo focal envolvendo uma discussão objetiva, conduzida ou moderada, que introduz um tópico a um grupo de respondentes e direciona sua discussão sobre o tema, de uma maneira não-estruturada e natural, é salientado por Parasuraman (1986). Essa idéia encerra o que se faz, o como e quais são os sujeitos envolvidos. Cooper e Schindler (2003) consideram o grupo focal como um painel de pessoas, liderado por um moderador, que usa os princípios da dinâmica de grupo para focar ou guiar o grupo na troca de opiniões, sentimentos e experiências, em um tópico específico, buscando assegurar as informações relevantes aos objetivos da pesquisa. Note-se que as suas ideias estão alinhadas às de Parasuraman, acrescidas de sentimentos e experiências. Kitzinger (1994) diz que um grupo é “focalizado” porque envolve algum tipo de atividade coletiva.

Por intermédio da literatura pertinente ao tema, depreende-se que o uso do grupo focal é particularmente apropriado quando o objetivo é explicar como as pessoas consideram uma experiência, uma ideia ou um evento, haja vista que a discussão durante as reuniões é efetiva em fornecer informações sobre o que essas pessoas pensam ou sentem ou, ainda, sobre a forma como agem. A técnica do grupo focal abrange, em sua complexidade, vantagens e desvantagens em sua utilização. Dentre as vantagens, sua aplicação, para a ciência social, permite coletar dados em curto espaço de tempo e em quantidade adequada, uma vez que, comparada a uma entrevista em grupo, combina a coleta de dados qualitativos por meio de entrevista individual e observação participante em grupos.

Em contraponto, Krueger e Casey (2000) indicam ser inapropriada a utilização do grupo focal quando: se deseja necessariamente o consenso; se quer obter processo educativo; se buscam informações delicadas que não podem ser partilhadas; se tratam questões possivelmente ofensivas a algum dos integrantes; o ambiente está emocionalmente carregado e a discussão pode intensificar os conflitos; não se pode assegurar certa confidencialidade das informações fora do processo do grupo.

A definição das pessoas que participarão das reuniões de grupo focal é considerada muito importante, pois elas devem ter características em comum para o estudo proposto, sendo que esse fator pode influenciar o processo de discussão. Gatti (2005) defende a idéia de que os participantes necessitam ter alguma vivência com o tema a ser discutido, de modo que sua participação traga elementos ancorados em suas experiências cotidianas.

As reuniões de discussão poderão ser feitas por um único pesquisador, considerado como o moderador que age como facilitador do processo, promovendo a participação de todos ou por uma equipe composta pelo pesquisador, por um ou mais moderadores e por um assistente de

pesquisa, cada um com suas funções e atribuições definidas antecipadamente, de acordo com Vergara (2005). Gatti (2005) advoga que a função do moderador é fazer aflorar a discussão entre os participantes. Portanto, cria condições para que o grupo se situe, explicita pontos de vista, analise, infira, faça críticas, abra perspectivas diante da problemática para a qual foi convidado a discutir coletivamente.

A decisão do envolvimento do moderador deve ser tomada segundo a identificação do que se quer obter com o material coletado no grupo focal. O alto envolvimento pode assegurar que alguns tópicos desejados sejam abordados, evitar a manutenção de discussões não produtivas e permitir ajustes na discussão, dependendo do nível de homogeneidade dos participantes. A literatura consultada, entretanto, recomenda baixa diretividade por parte do moderador e recomenda que ele seja: experiente, hábil, sensível, flexível e capaz de conduzir o grupo com clareza de expressão, segurança, competência com as relações e interações que se desenvolvem e as situações que se criam no grupo em função das discussões. A discussão do grupo focal deve ser assistida pela equipe de pesquisa e, eventualmente, por outros observadores, conforme atestam Ruediger e Riccio, (2004).

A inexistência de consenso quanto ao tamanho do grupo focal é outro aspecto a se destacar. Encontram-se, na literatura consultada, recomendações de que os grupos focais tenham tamanhos médios, constituídos por seis a dez ou quatro a doze participantes, ponderando-se que: sejam suficientemente pequenos para todos terem a oportunidade de partilhar suas percepções; necessariamente grandes para que essas percepções possam ser diversificadas. Para Rea e Parker (2002), o ideal é formar grupos de oito a doze participantes. De acordo com os autores, é recomendado recrutar cerca de 20% a mais de pessoas do que realmente será necessário para se prevenir contra ausências de alguns participantes.

Constituem-se características gerais do grupo focal, elucidadas por Krueger (1994): obtenção do entendimento dos participantes sobre o tópico de interesse da pesquisa como objetivo do grupo focal; envolvimento de pessoas; reuniões em série; homogeneidade dos participantes quanto aos aspectos de interesse da pesquisa; geração de dados; natureza qualitativa; discussão focada em um tópico determinado pelo propósito da pesquisa. Krueger também defende a ideia de que o grupo focal tem validade alta, porque as pessoas colocam as suas percepções sobre o tópico discutido, o que não pode ser facilmente conseguido em uma entrevista individual ou em outra forma de coletar dados.

A essas características Berg (1998) acrescenta: clareza na definição do problema de pesquisa; adequação da composição do grupo aos propósitos da pesquisa; clima de confidencialidade entre o pesquisador e os membros do grupo; clareza das questões propostas para discussão; facilitação favorável à emergência de novos temas não previstos no planejamento inicial; contribuição do facilitador focada na discussão do tema e livre de opiniões e comentários; resgate sistemático de informações favoráveis à análise de conteúdo das discussões. Constituem-se, ainda, características do grupo focal, de acordo com Ruediger e Riccio (2004), as possibilidades de intervenção em tempo real no curso da análise, bem como de confrontação das percepções de participantes, em suas similitudes e contradições, a respeito do grupo de temas relacionados com o objetivo da pesquisa.

Na visão de Gaskell (2002), o grupo focal, além de estimular os participantes a falar e reagir àquilo que outras pessoas no grupo dizem, constitui-se uma interação social mais autêntica, na qual os sentidos ou representações que emergem são mais influenciados pela natureza social

da interação do grupo, em lugar de se fundamentarem na perspectiva individual, como no caso da entrevista em profundidade.

A técnica do grupo focal pode ser dividida em três etapas: planejamento, condução das entrevistas e análise dos dados. A etapa do planejamento é crítica para a otimização do seu uso, na medida em que o pesquisador considera a interação do estudo, os usuários da informação e a ação de desenvolver um plano responsável por guiar a elaboração das questões e a seleção dos participantes. O planejamento tem início com a reflexão sobre o propósito das reuniões e continuidade com a organização desse propósito, de maneira lógica e sequencial.

Ainda com referência à etapa de planejamento, Morgan (1997) recomenda que o pesquisador se concentre nas pessoas que serão capazes de fornecer informações mais significativas, no momento da seleção dos participantes da pesquisa. O planejamento, que deve envolver todas as etapas, torna-se imprescindível na etapa de condução das sessões, a qual, em geral, exige esforço para operacionalizá-lo, a fim de assegurar a obtenção dos dados a serem analisados. As perguntas sobre o assunto a ser investigado devem ser definidas de acordo com os objetivos da pesquisa, com um roteiro flexível de discussão, elaborado *a priori*, como relembram Rea e Parker (2002). A participação de todos, com o máximo de espontaneidade possível para a coleta das informações é imprescindível. O local da reunião do grupo focal deve ser de fácil acesso, quieto e adequado para acomodar os participantes e a equipe de pesquisa. A duração da reunião deve obedecer ao tempo mínimo de uma hora e meia e ao máximo de três horas.

Essa reunião é dirigida por um moderador e, quanto à amplitude de atuação desse moderador, no momento da transcrição dos dados fundamentais produzidos pelo grupo, ele, assim como os observadores da equipe de pesquisa, acresce suas anotações e reflexões. Na análise dos dados obtidos com o grupo focal, devem-se considerar: as palavras e os significados; o contexto em que foram colocadas as ideias; a consistência interna, a frequência e a extensão dos comentários; as especificidades das respostas; a importância de identificar grandes ideias.

Os dados obtidos, por intermédio do grupo focal, levam em conta o processo do grupo, tomados com sinergia, no que diz respeito a opiniões, sentimentos e pontos de vista individuais, conforme enfatizado por Kind (2004). Não obstante, a autora re-enfatiza a defesa de que o grupo focal conserva o caráter de técnica de coleta de dados, adequado, *a priori*, para investigações qualitativas.

A finalização da pesquisa compreende as respostas, os trechos gravados e as observações analíticas, feitas *a posteriori*, além das anotações dos pesquisadores, de acordo com Rea e Parker (2002). Depreende-se que os resultados obtidos com o grupo focal serão válidos se o método tiver sido usado para um problema adequado à investigação.

3. Aspectos metodológicos

Esta pesquisa utilizou-se da abordagem qualitativa e procedeu à análise dos aspectos subjetivos: compartilhamento de significados, percepções e dinâmica de interações grupais, dentre as possibilidades elucidadas por Richardson (1989). Envolveu, dentre os aspectos enfatizados por Denzin e Lincoln (1998), a coleta de materiais empíricos – experiências pessoais e observacionais – que descrevem os momentos e os significados oriundos da vida dos indivíduos que compõem o grupo.

Para se fazer a escolha do objeto a ser investigado tomou-se por base o aforismo mostrado por Vergara (2007, p. 21), qual seja, “uma questão não resolvida pode estar referida a alguma lacuna epistemológica ou metodológica percebida [...]”. Assim, a perspectiva aqui adotada é a do grupo focal auto-suficiente, que considera a técnica como principal fonte de dados e os dados obtidos são suficientes para dar resposta à questão de investigação.

Atentou-se, na escolha da questão de investigação, para Flick (2004), ao enfatizar que os critérios centrais na pesquisa qualitativa consistem em determinar se as descobertas são embasadas em material empírico e se os métodos são adequadamente selecionados e aplicados ao objeto em estudo, ficando a relevância das descobertas e a reflexividade dos procedimentos, como critérios adicionais. Assim, tal questão ficou definida: como o grupo focal pode ser utilizado como estratégia metodológica para ser aprofundada na pesquisa e no processo de ensino-aprendizagem em Administração?

Buscou-se respondê-la, em consonância com os objetivos de analisar e discutir o grupo focal como estratégia metodológica em Administração, por meio de discussões em seis grupos focais, subdivididos em: dois grupos compostos por alunos de mestrado e doutorado em Administração (o primeiro com quatro e o segundo com sete integrantes) e um grupo de iniciação científica, com seis integrantes, de uma universidade pública da cidade de São Paulo; dois grupos compostos por alunos de mestrado e doutorado (o primeiro com seis e o segundo com onze integrantes) em Administração e um grupo de iniciação científica, com quatro integrantes, de uma universidade privada da cidade de São Paulo. Essa subdivisão foi feita em linha com a ideia preconizada por Rocha-Pinto, Freitas e Maisonnave (2010) e Gatti (2005), de que os participantes necessitam ter alguma vivência com o tema a ser discutido, de modo que sua participação traga elementos ancorados em suas experiências cotidianas.

O planejamento das reuniões desses grupos obedeceu às seguintes etapas: definição da equipe de pesquisa – um moderador e três observadores; estabelecimento do cronograma, com possibilidade de redistribuir as atividades no tempo, em função de imprevistos; clareza da importância da composição dos grupos para os objetivos da pesquisa; validação do roteiro das discussões, tanto na forma de atingir o propósito da pesquisa, quanto no vocabulário e na estrutura das colocações; condições apropriadas do local para a realização das reuniões; elaboração da lista dos possíveis participantes com adição de 20%, bem como explicitação das razões pelas quais eles poderiam se interessar em participar da pesquisa e do interesse dos pesquisadores por eles; elaboração de perguntas abertas para explorar e entender atitudes, opiniões, percepções e comportamentos dos grupos estudados. Os convites a esses possíveis participantes foram feitos pessoalmente, em alguns casos, enviados por e-mail, em outros, confirmados por telefone, pessoalmente e por e-mail.

O roteiro de discussão foi elaborado *a priori*, e de modo flexível, em torno das questões: Qual o significado de ser estudante em Administração (Graduação com Iniciação Científica / Mestrado / Doutorado)? Qual o significado da pesquisa em sua vida? Qual o significado de estar em grupo na pesquisa? Que mudança(s) a pesquisa trouxe em sua vida? O objetivo para a primeira questão foi identificar as características comuns às pessoas dos grupos; para a segunda, identificar o sentido da pesquisa como projeto de vida dessas pessoas; para a terceira, identificar o processo de socialização na produção e compartilhamento do conhecimento; para a quarta, identificar experiências comuns aos grupos de pessoas engajadas com as atividades de pesquisa.

As discussões em todos os grupos se deram de modo aparentemente informal, guiadas por um moderador e observadas pela equipe de pesquisa composta de três observadores, com interferências em tempo real, objetivando elucidar e aprofundar o curso da investigação. O tempo de duração de todas as reuniões foi de duas horas por grupo. Em linha com o que é recomendado pela literatura consultada optou-se pela baixa diretividade por parte do moderador.

Os dados levantados com os seis grupos focais foram analisados por intermédio da análise de conteúdo, segundo Bardin (2010), a qual considera que tal análise se apresenta como um conjunto de técnicas de análises das comunicações emitidas nos processos de coleta de dados, o qual faz uso de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Essas técnicas que formam o conjunto consistem em análise categorial, que leva em consideração a totalidade da mensagem e a classifica de acordo com a presença ou a ausência dos elementos significativos e constitutivos dessa mensagem. Esses elementos são chamados de unidades de codificação, constituídas de palavras ou frases que tragam significados pertinentes ao conteúdo.

4. Apresentação e discussão dos resultados

Os critérios susceptíveis de fazer surgir um sentido na mensagem constituem-se as próprias categorias de fragmentação da comunicação, capazes de validar a análise. A sutileza da técnica de análise de conteúdo corresponde aos seguintes objetivos: ultrapassar a incerteza do que se julga ver na mensagem; enriquecer a leitura, por meio de descoberta de conteúdos que confirmam o que se procura demonstrar, o propósito das mensagens. Bardin (2010) afirma que o procedimento é simples. Tal simplicidade merece ser aqui destacada.

Retomando-se a base da fundamentação teórica na análise dos dados obtidos com os grupos focais, nesta pesquisa, registre-se que foram consideradas: as palavras e os significados; o contexto em que foram colocadas as ideias; a consistência interna, a frequência e a extensão dos comentários; as especificidades das respostas. Analisando-se o que foi indicado nessa base da fundamentação teórica (OLIVEIRA e FREITAS, 2006; GATTI, 2005; RUEDIGER e RICCIO, 2004; KIND, 2004; COOPER e SCHINDLER, 2003; GASKELL, 2002; BERG, 1998; MORGAN, 1997; POWELL e SINGLE, 1996; KRUEGER, 1994; KITZINGER, 1994; PARASURAMAN, 1986) a respeito do grupo focal, no qual o objeto de análise é a interação entre os integrantes do grupo, é pertinente afirmar que os conteúdos registrados como unidades de codificação, em ambos os quadros, atestam que os participantes dos seis grupos pesquisados influenciaram uns aos outros durante as discussões, com ideias debatidas associativamente, estimulados pelas questões fornecidas pelo moderador. Pode-se deduzir, desta experiência, que além de elucidar uma possibilidade de abordagem do grupo focal para tratá-lo adequadamente, conforme recomendado por esses autores, tal experiência registra as manifestações de uma prática, no campo da Administração, com os significados que lhe são peculiares e as devidas associações com outros campos das ciências sociais aplicadas.

Escolheu-se, dentre outras possibilidades para os procedimentos de tratamento dos dados desta pesquisa: proceder à análise do sentido; classificar as falas nas categorias previamente escolhidas (quais sejam: estudar administração; pesquisa na vida; estar em grupo na pesquisa; mudança(s) oriunda(s) da pesquisa); categorizar o material que emergiu das discussões e não se encaixou nas categorias prévias. Assim, das discussões dos grupos focais emergiram, em cada categoria, significados que foram registrados como unidades de codificação nos quadros nºs 1 e 2.

QUADRO Nº. 01 - BASE PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO DA UNIVERSIDADE PÚBLICA		
Unidades de Codificação – Significados		
Categories	Grupo Focal 1 - Mestrado e Doutorado	Grupo Focal 2 - Iniciação Científica
1. Estudar Administração	Contribuir; assumir responsabilidades; integrar; dialogar; facilitar; pensar; criar; refletir; aprofundar; buscar; acessar.	Saber agir no mundo organizacional; possibilidade de atuar em diferentes áreas; contribuir com os resultados em longo prazo; desenvolver visão sistêmica; possibilidade de atuar estrategicamente; reunir recursos e ver o ambiente como parte da decisão analítica; entender o contexto; sistematizar o que aprende
2. Pesquisa na vida	Entender; ter autonomia; investigar; decidir; desafiar; inovar; aprimorar; aprender; crescer; contribuir; fazer sentido; ajudar a desvendar; aplicar a teoria; buscar; exercitar; dedicar-se; viver a liberdade; aprimoramento contínuo; dinamismo; compreender o contexto no qual a pesquisa está inserida.	Aprofundamento do conhecimento; saída do puro senso comum; contribuições para o novo; expressão de ideias antevendo aceitação pelo método; rigor em tudo que se faz; qualidade do resultado; exercer autonomia; desafio; senso crítico; leituras científicas; responsabilidade em se fazer entender; ter critérios; estabelecer prioridades; mostrar a essência desapegando do excesso; abrir leque de novas aprendizagens; ser autodidata; ser coerente; aproveitar a graduação em si, complementando-a; nova perspectiva; aprender a contestar; extrair verdades não se encerrando em uma ideia fechada; aprender a ler mais rapidamente; aprender a analisar a consistência dos dados lidos; buscar o sentido de tudo que se faz.
3. Estar em grupo na pesquisa	Cooperação; esforço conjunto; evolução da pesquisa individual; abertura para reflexão; diálogo permanente; facilitação e enriquecimento; síntese; respeito às individualidades; troca; aprendizado; colaboração; desenvolvimento.	Aprender a trabalhar em grupo; retirar o melhor de cada um; conquistar resultados melhores pela sinergia; gerir o tempo; entender os outros; lidar com características diferentes e obter resultados positivos; conciliar interesses; incrementar a motivação; contribuir com análises críticas; afinamento e melhoria da qualidade dos resultados; confiança; coerência no trato com as pessoas; treinar a humildade; trocar aprendizados; estímulo ao entendimento de todos; somar ideias; escolha; doação; acolhimento; concatenar idéias; trocar aprendizados; escrever / apresentar / receber e dar contribuições.
4. Mudança(s) oriunda(s) da pesquisa	Libertação; reeducação; planejamento; controle autônomo do tempo; estímulo a prosseguir; autonomia; respeito; amadurecimento; salto qualitativo; conforto por maior significado do que se faz; perspectiva; capacidade reflexiva / analítica; quebra de receios pelo hábito de pesquisar / publicar / apresentar; perceber as realidades diferentes; produzir e estabelecer as próprias metas; caminhar sem rotinas.	Sair da superficialidade; atuar com flexibilidade; relacionar temas com senso crítico; saber se fazer entender, pelo aprimoramento da expressão; expandir o conhecimento; compreender pontos de vista diferentes; compreender o valor dos métodos e sair do preconceito em torno deles; organizar o tempo; exercer a autonomia; focar nos resultados; entender que o conhecimento iguala as pessoas e está ao alcance delas; descobrir que a pesquisa faz parte da vertente da carreira; buscar e agregar novos conhecimentos; organizar, sistematizar e otimizar as atividades de modo coerente; descobrir e aplicar; aprimorar a vida pessoal; buscar a excelência na vida; fazer a diferença.
Unidades de Codificação – Significados		
Categories	Grupo Focal 3 - Mestrado e Doutorado	
1. Estudar Administração	Conhecer, compartilhar; ampliar possibilidades; ampliar visão; transformar; contribuir; agregar valor; construir; aprender / ensinar; trocar / aproximar; evoluir; assumir a sede do conhecimento; desvendar leques de oportunidades para ter conhecimento; desafio / busca.	
2. Pesquisa na vida	Essencialidade; intervenção; descoberta; desconstrução / reconstrução; conhecimento novo a cada dia; compartilhamento; desafio; gratificação; contribuição pela evolução do conhecimento; ajudar a construir; responder à sociedade e ao mercado; desafio de disseminar; gerar satisfação; olhar critica e investigativamente; buscar contínua e criteriosamente; fazer a extensão.	
3. Estar em grupo na pesquisa	Compartilhar complexidades; aprender / ensinar; cooperar; dar e receber; aceitar; respeitar; buscar; possibilitar trocas; desenvolver; comprometer-se / envolver-se; agregar valor; ganho coletivo; incremento do conhecimento; formar parceiros; perceber o poder ilimitado do conhecimento; complemento de ideias; trabalhar em grupo / não estar só; ajuda mútua.	
4. Mudança(s) oriunda(s) da pesquisa	Alargamento de horizontes; desenvolvimento da criatividade; olhar os fatos com imparcialidade; descobrir potencialidades outrora não percebidas; escrever com rigor; fazer leituras e releituras; disciplinamento; visão crítica; romper com antigas crenças que não mais agregam valor; abertura para novas ideias; questionar e aprofundar; maior exigência sem intransigência; julgar menos e entender mais; inquietação constante.	

Fonte: Dados da pesquisa

Faz-se relevante registrar que: a participação dos integrantes nas discussões, em todos os seis grupos se deu com máxima espontaneidade, o que se mostrou imprescindível para a coleta das informações registradas como unidades de codificação; o estímulo dos participantes para falar e reagir àquilo que outras pessoas no grupo diziam, confirmou-se como uma interação social autêntica, na qual os sentidos ou representações que emergiram foram intensamente influenciados pela natureza social da interação dos grupos, como defendido por Gaskell (2002); as possibilidades de intervenção em tempo real no curso da análise, bem como de confrontação das percepções dos participantes, em suas similitudes e contradições, a respeito dos temas relacionados com os objetivos desta pesquisa foram observadas como alinhadas ao que advogam Ruediger e Riccio (2004); o contexto das interações fez emergir uma multiplicidade de pontos de vista e alguns processos emocionais que permitiram a captação de significados que, em outros meios, poderiam ser difíceis de manifestar, conforme aprofundado por Gatti (2005).

Com base nas informações coletadas e nos significados captados nesses seis grupos é possível confrontar o que é enfatizado por Krueger (1994) – as pessoas colocam as suas percepções sobre o tópico discutido, o que não pode ser facilmente conseguido em uma entrevista individual ou em outra forma de coletar dados – e se afirmar que, nesta pesquisa ficou demonstrada a alta validade do grupo focal como estratégia metodológica para ser aprofundada na pesquisa e no processo de ensino-aprendizagem em Administração.

Tomando-se por base as reflexões oriundas de todas essas discussões, é possível conjecturar que os resultados obtidos nesta pesquisa são decorrentes de características elucidadas por Berg (1998), tais como: adequação da composição dos grupos aos propósitos da pesquisa, ao serem investigados alunos de iniciação científica, mestrado e doutorado em Administração; clima de confidencialidade entre os pesquisadores e os membros dos grupos; clareza das questões propostas para discussão, pela homogeneidade dos grupos; moderação favorável à emergência de novos temas não previstos no planejamento inicial; contribuição do moderador (pela escolha deliberada com baixa diretividade) focada na discussão do tema e livre de opiniões e comentários; resgate sistemático de informações favoráveis a análise de conteúdo das discussões.

Analisar os conteúdos das discussões e, em maior profundidade os sentidos procurados, nesta pesquisa, implicou focar a atenção mais nas interações em grupos – maior justificativa para se utilizar o grupo focal como estratégia metodológica – que nos recortes que se pudessem obter como pontos de partida das análises. Tal foco permitiu níveis interpretativos mais aprofundados e teoricamente mais significativos, oriundos das discussões dos grupos, o que enriqueceu a análise de todas essas discussões, sem o risco de reducionismos que pudessem prejudicar a compreensão dos significados extraídos dessas discussões.

A inexistência de consenso quanto ao tamanho do grupo focal, outro aspecto destacado na literatura consultada, permitiu a liberdade de se trabalhar com quatro, sete e seis integrantes na universidade pública, seis, onze e quatro integrantes na universidade privada. Tal liberdade, por sua vez, redundou em oportunidade de corroborar essa literatura, no que tange ao fato de ser defendida a idéia de que os grupos necessitam ser suficientemente pequenos para todos terem oportunidade de partilhar suas percepções; necessariamente grandes para que essas percepções possam ser diversificadas. Registre-se que, o tamanho dos grupos não foi determinante para a riqueza na extração dos significados, bem como não o foram os níveis pesquisados – graduação, mestrado ou doutorado ou, ainda, o fato de os participantes estarem inseridos em contextos distintos de universidades – público e privado, conforme constatado nas unidades de codificação registradas em ambos os quadros.

QUADRO Nº. 02 - BASE PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO DA UNIVERSIDADE PRIVADA		
Unidades de Codificação – Significados		
Categories	Grupo Focal 1 - Mestrado e Doutorado	Grupo Focal 2 - Iniciação Científica
1. Estudar Administração	Descobertas e encantamento; buscar e descobrir constantemente; desejo de saber e compartilhar; dividir e multiplicar; inquietação intelectual; estudar / aprender / reaprender / ensinar; desenvolver / ajudar; conhecer / pesquisar; aperfeiçoar / aprofundar; compartilhar / evoluir / conquistar; abrir; entender o conhecimento; desvendar; descobrir o desconhecido / principal sentido é buscar o conhecimento.	Quebra de paradigmas; conhecer a amplitude que a área tem; oportunidades de desenvolver; desejo de seguir a carreira acadêmica; possibilidades de dar aulas; entender o posicionamento da área através da pesquisa; desenvolver habilidades de gerenciar, atuar e falar; entender os autores e formar o próprio conceito; comprometer-se e responsabilizar-se com a iniciação científica; enfrentar a vida no mercado; sonhos de administrar melhor as organizações; posicionar-se para melhorar a visão da importância do administrador; a administração ajuda a estudar filosofia.
2. Pesquisa na vida	Contribuir para a disseminação do conhecimento para o mercado; contribuir com a percepção de aproximação da academia com o mercado; testar o aprendizado com a prática no mercado; desafio; desejo de acessar o conhecimento e aplicá-lo; pesquisa gera satisfação e sofisticação; busca incessante; olhar crítico / investigativo / exigente; despertar do interesse; sentido bilateral; crescimento / desenvolvimento; descobrir / ter cautela ao aplicar; engrandecer; cuidar; construir; contribuir; compartilhar; descortinar; desconstruir; reconstruir.	Desenvolvimento de senso de responsabilidade durante a vida; compartilhar e poder ajudar futuramente; assumir responsabilidades e ir até o fim; conhecer os diversos contextos; ser espelho para outros; impulsionador / estímulo para ir em frente; levantar questões e aprender a ir mais fundo; buscar respostas para as próprias perguntas; ter perguntas respondidas por outras pessoas; gostar de ensinar / de aprender / buscar; aproximar professores e alunos para pesquisar juntos; reeducação para aprender a entender sem decorar.
3. Estar em grupo na pesquisa	Agregar pelo reconhecimento de outros pontos de vista; sair do pensamento individual; interagir; trocar experiências; discutir complexidades; formar parcerias; descobrir o valor da solidariedade; reciprocidade; disposição de ouvir e entender; evoluir; cooperar; desenvolver; trocar; dar e receber; comprometer-se; somar; compreender a diversidade; atentar para a essencialidade.	Aprender / repassar para cada integrante do grupo; compartilhar / divulgar; mudar pensamentos e realidades; refletir; trocar experiências; questionar os próprios pontos de vista; juntar as idéias e transformá-las; somar; valorizar o conhecimento de todas as pessoas reunidas; descobrir novos caminhos; entender que o pensamento do grupo é superior ao individual; organizar; disciplinar; interpretar; facilitar pela troca; transformar a visão tradicional professor-aluno.
4. Mudança(s) oriunda(s) da pesquisa	Incremento do preparo; realização; diminuição da ignorância em vários aspectos; noção de igualdade; olhar o todo; julgar menos; inquietar-se; ser capaz de promover melhorias em si e no outro; compreender mais; exercitar a humanidade; agregar valor ao redor.	Aprender a compreender os textos sem decorá-los; crescer pela busca incessante de conhecimentos; aprender a organizar-se; aprender a interpretar; disciplina; amarração do contexto; focar as partes sem perder a noção do todo; recomeçar sempre que necessário; reeducar o raciocínio.
Unidades de Codificação – Significados		
Categories	Grupo Focal 3 - Mestrado e Doutorado	
1. Estudar Administração	Buscar conhecimento; descobrir que nada sabe e que tem muito que aprender; aprimorar; ajudar em sala de aula; enxergar o mundo acadêmico, de fato; conhecer / buscar; lidar com pessoas; saber o mecanismo da sociedade; aprender a fazer projetos de pesquisa; descobrir o prazer de pesquisar; leque de acesso ao conhecimento; desvendar; somar na vida; utilizar as habilidades em outros contextos da vida; aprender a desenvolver o pensamento crítico-analítico; ampliar a percepção do mundo; reaprender; iniciar e continuar pesquisas; construir raciocínios; embasar teórica e empiricamente; contribuir com o indivíduo e com as organizações; transmitir conhecimentos; promover trocas ilimitadas; estar em constante aprendizado.	
2. Pesquisa na vida	Inquietar-se; gerar conhecimento; ajudar a disseminar a produção do conhecimento; fazer escolhas; envolver-se / desenvolver-se; influenciar; criticar / questionar; destemer / crescer / cooperar; refletir; olhar para dentro / refletir / propiciar novas oportunidades; troca / interdependência; olhar crítico / interdisciplinaridade; agregar valor; compartilhar; redescobrir; reeducar-se; conhecer; intervir; aprender; buscar entender; interpretar; desafiar-se; valorizar as circunstâncias; imprimir significados; construir; escolher; ser espelho / espelhar-se.	
3. Estar em grupo na pesquisa	Aguçar a motivação; exercitar a humildade; estimular a si e a outros; compartilhar; ajuda recíproca; incrementar relacionamentos; produção conjunta; formar redes; arriscar-se; ter esperanças de mudanças; completar sem hierarquias; valorizar a multidisciplinaridade; cooperar; disposição de ouvir / falar / discordar / contribuir; aprender; complementar; aceitar diferenças; conviver e discutir.	
4. Mudança(s) oriunda(s) da pesquisa	Romper com crenças antigas; incrementar a capacidade de questionar; desejar o aprofundamento; vislumbrar oportunidades; ser capaz de descobrir novos olhares; ampliar visão; aprender a escrever; experimentar a fome do saber; conviver; descobrir a própria autenticidade; aprender a ser mais humano.	
Fonte: Dados da pesquisa		

Da categorização do material que emergiu das discussões nos seis grupos e não se encaixou nas categorias prévias foram registrados os seguintes significados, envolvendo as quatro questões: anseio de contribuir com os espaços de trabalho em Administração e atuar em ambientes organizacionais fazendo sentido em atuar, sendo ator e não figurante, reproduzindo sem perder o sentido; consciência da responsabilidade simultânea com a ciência social aplicada e o mercado de trabalho, atendendo às demandas da academia e desse mercado, integrando-os com diálogo e facilitando a responsabilidade das organizações de perceberem o que ocorre na academia; sentimento de que novas e infinitas possibilidades tornam encantador o ato de descobrir; responsabilidade na junção do pensar, criar, refletir, aprofundar, buscar, interdisciplinar e multidisciplinarmente para facilitar a acessibilidade; convicção da necessidade de usar a nobreza e o desprendimento no processo de aprender, crescer e contribuir; assumir que, mesmo pesquisando em grupo se faz necessário estar só para entender, interiorizar e voltar ao grupo; a pesquisa gera a sensação de “carta de alforria”, de trabalho prazeroso sem sensação de esgotamento; contato com o pensamento de que viver o momento do *insight* nas pesquisas oportuniza mais *insights*; certeza de que há um leque de acesso ao conhecimento mais sólido, sem previsibilidade, sem acomodação e de conhecer novas perspectivas com os distintos conhecimentos.

É válido e útil salientar que os grupos de ambas as instituições expressaram claramente, após as discussões, que além do objetivo de fazer parte da pesquisa, a experiência de interação em grupo, propiciou melhoria na elaboração das ideias, exposição destemida às opiniões de outros integrantes, reflexão, avaliação de crenças e aquisição de ganhos substanciais em perspectivas. A equipe de pesquisa observou que, em todos os grupos as discussões foram envoltas num clima de ajuda mútua entre os integrantes, os quais, mantendo as características individuais, fizeram uso associativo de ideias em todas as interações.

Por intermédio da confrontação com a literatura aqui utilizada, pode-se afirmar que as discussões, durante as reuniões, foram efetivas em fornecer informações sobre o que os participantes pensam ou sentem ou, ainda, sobre a forma como eles agem. De igual modo, que os participantes necessitam ter alguma vivência com o tema a ser discutido para que sua participação traga elementos ancorados em suas experiências cotidianas. Corrobores-se, ainda, as dificuldades preconizadas pela literatura, qual seja a de reunir as pessoas, não obstante o planejamento sistemático para tal e o interesse demonstrado na ocasião das respostas aos convites formulados.

5. Considerações Finais

Não obstante se assista ao embate entre as tradições de pesquisa positivista ou quantitativa e interpretativista ou qualitativa, no qual prevalece a visão dicotômica e maniqueísta com a qual se aventa a possibilidade de escolher entre dois extremos, se percebe incremento gradativo do reconhecimento e da aplicação do método fenomenológico como uma abordagem à pesquisa qualitativa, em vários campos de estudos, dentre eles, a Administração.

Tal fato, entretanto, não elimina a distância entre a decisão por uma abordagem positivista, haja vista a produção de pesquisas concentradas em dados quantitativos, nesse campo de estudos, ainda ser registrada como superior à abordagem interpretativista. Compreende-se que a decisão pela abordagem hermenêutica, interpretativista ou qualitativa requer que o pesquisador defenda o seu posicionamento de forma mais contundente do que o faria na abordagem nomotética, positivista ou quantitativa.

Privilegiou-se, nesta pesquisa, enfatizar, por meio do método fenomenológico e da técnica do grupo focal, não apenas as percepções individuais, mas aquelas oriundas das interações do coletivo, expressas nas estruturas discursivas e na defesa ou crítica de termos e aspectos relevantes. Para tanto, considerou-se pertinente o grupo focal ter sido tratado como um método de pesquisa com conteúdo próprio para examinar questões conhecidas a partir da perspectiva dos participantes – alunos de Administração inseridos em iniciação científica, mestrado e doutorado de duas universidades distintas, uma pública e outra privada, na cidade de São Paulo.

Registrou-se, no recorte escolhido para este artigo, consenso na literatura pesquisada no que tange: à importância do grupo focal - quer tomado como técnica ou como método – uma vez que ele visa à produção de conhecimentos, geralmente ligada à prática de pesquisa; à necessidade de atenção dos moderadores ao processo grupal; à forma de condução das discussões, privilegiando a focalização em um tema e assegurando a participação de todos os integrantes; à necessidade de capacitação desses moderadores para avaliar os dados sob o ângulo das interações no grupo; à utilidade em análises por triangulação ou para validação de dados ou para gerar novas perspectivas de futuros estudos.

Após discutir epistemologicamente os aspectos ligados ao grupo focal e suas características na busca de resposta à questão de como ele pode ser utilizado como estratégia metodológica para ser aprofundada na pesquisa e no processo de ensino-aprendizagem em Administração, é possível afirmar que os resultados obtidos com os seis grupos focais são válidos por considerar-se que o método foi usado para um problema adequado à investigação.

É plausível se dizer que, nos grupos focais desta pesquisa, a consistência dos dados obtidos está ancorada nos cuidados sistemáticos durante a sua coleta, bem como na forma de trabalhar com eles nas análises realizadas e nas interpretações a que se propôs a equipe de pesquisa. As evidências que apoiaram as interpretações estiveram claras e podem ser verificáveis, quer por fatos, quer pela segurança nas teorizações e argumentações.

O grupo focal como estratégia metodológica em Administração apresentou, nesta pesquisa, peculiaridades que o distinguem de outros contextos vistos na literatura consultada e é relevante se ter clareza de tal fato, uma vez que ele afeta o conjunto da coleta, as formas de condução e a procura de significados apoiados previamente em teorizações e posteriormente em interpretações, cuja abrangência de propósitos se diferencia em relação a outros campos de estudo, o que pode significar uma contribuição para futuras pesquisas nesse campo.

Cabe advertir que, a utilização do grupo focal como estratégia metodológica, por si só, e por melhor estruturada que seja, segundo os padrões estabelecidos pela literatura científica, não necessariamente assegurará o cumprimento do programa epistemológico que fundamenta a abordagem qualitativa. Outras condições deverão ser observadas conjuntamente. Sugere-se que outros estudos no campo da Administração possam explorar a potencialidade dessa estratégia e se busque ampliar os resultados ora registrados.

Referências

ABBAGNANO, N. Dicionário de filosofia. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2010.

BERG, B. L. *Qualitative research methods for the social sciences*. MA(USA): Allyn e Bacon, 1998.

- BUNCHAFT, A. F.; GONDIM, S. M. G. Grupos focais na investigação qualitativa da identidade organizacional: exemplo de aplicação. In: Estudos de Psicologia, v.21, n. 2, pp. 63-77. Campinas: Ago./2004.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. *Collecting and interpreting qualitative materials*. London: SAGE Publications, 1998.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *Handbook of qualitative research*. London: Sage Publications, 2000.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M.; GASKEL, G. (Org.) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GATTI, B. A. Grupo focal nas pesquisas em ciências sociais e humanas. Brasília: Liber Livro, 2005.
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2009
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: Revista de Administração de Empresas – RAE, v. 35, n. 2, pp. 57- 63. São Paulo: FGV, Março/Abril, 1995 a.
- GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. In: Revista de Administração de Empresas – RAE, v. 35, n. 3, pp. 20 – 29. São Paulo: FGV, Maio/Junho, 1995 b.
- GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em Administração de Empresas. In: Revista de Administração de Empresas – RAE, v. 35, n. 4, pp. 65- 71. São Paulo: FGV, Julho/Agosto, 1995 c.
- GONDIM, S. M. G. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. In: Paidéia, v.12, nº 24, pp. 149-161. Ribeirão Preto: 2003.
- GUI, R. T. Grupo focal em pesquisa qualitativa aplicada: intersubjetividade e construção do sentido. In: Revista rPOT, v. 3, n.1, pp. 135-160. Florianópolis: UFSC, Janeiro/Junho, 2003
- IKEDA, A. A. Considerações sobre pesquisa qualitativa em Administração. In: Revista de Gestão USP – REGEUSP, v.16, n.3, pp. 49-64. São Paulo: FEA – USP, Julho-Setembro, 2009.
- KITZINGER, J. *The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants*. In: *Sociology of Health and Illness*, v. 16, n. 1, pp.103-121.
- KIND, L. Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais. In: *Psicologia em Revista*, v. 10, n. 15, p. 124-136. Belo Horizonte: Junho, 2004.
- KRUEGER, R. A. *Focus group: a practical guide for applied research*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994.
- KRUEGER, R. A.; CASEY, M. A. *Focus group: a practical guide for applied research*. London: SAGE Publications, 2000.
- MERRIAN, S. B. *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998.

- MOREIRA, D. A. Pesquisa em Administração: origens, usos e variantes do método fenomenológico. In: Revista de Administração e Inovação, v.1, n.1, pp. 5-19. São Paulo: UNINOVE, 2004.
- MORGAN, D. L. *Focus groups as qualitative research*. London: SAGE Publications, 1997.
- MORGAN, G.; SMIRCICH, L. *The case for qualitative research*. Academy of Management Review, v., n.4, p. 491-500, Oct 1980.
- MINAYO, M. C. (Org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2004.
- NUNAN, D. *Research methods in language learning*. New York: Cambridge University Press, 1994.
- OLIVEIRA, M; FREITAS, H. *Focus groups: instrumentalizando o seu planejamento*. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais – paradigmas, estratégias e métodos, pp. 325-346. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PARASURAMAN, A. *Marketing research*. Toronto: Addison-Wesley Publishing Company, 1986.
- PATTON, M. Q. *Qualitative research and evaluation methods*. London: Sage Publications, 2002.
- POWELL, R. A.; SINGLE, H. M. *Focus groups*. In: International Journal for Quality in Health Care, v. 8, n.5, pp. 499-505, 1996.
- REA, L. M.; PARKER, R. A. Metodologia de pesquisa: do planejamento à execução. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- RICHARDSON, R. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Ed. Atlas, 1989.
- ROCHA-PINTO, S. R.; FREITAS, A. S.; MAISONNANE, P. R. Métodos interpretativistas em Administração: implicações para pesquisadores. In: Revista Adm. FACES Journal, v.9, n.1, pp.115-127. Belo Horizonte: FUMEC, Jan./Mar. 2010.
- RUEDIGER, M. A.; RICCIO, V. Grupo focal: método e análise simbólica da organização e sociedade. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em administração. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- SILVA, A. B. A fenomenologia como método de pesquisa em estudos organizacionais. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais – paradigmas, estratégias e métodos, pp. 267-297. São Paulo: Saraiva, 2006.
- VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. São Paulo: Editora Atlas, 2005.
- VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em Administração. São Paulo: Atlas, 2007.
- VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Org.) Pesquisa qualitativa em Administração. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- TURATO, E. R. Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa. São Paulo: Vozes, 2003.