

Verbetes Metodológico

Grupos focais

Luciana Veiga¹ 

¹ Professora Titular da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, UNIRIO, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: luciana.veiga@unirio.br

DOI: [10.17666/ebcs.2026.043](https://doi.org/10.17666/ebcs.2026.043)

PREÂMBULO

O grupo focal é uma técnica qualitativa de coleta de dados em que um pequeno grupo de participantes, conduzido por um moderador, conversa sobre um tema, uma experiência ou um estímulo comum, de modo que a própria interação entre eles produza os dados da pesquisa. A técnica não se presta a medir a distribuição de opiniões em uma população, tarefa dos *surveys*, mas a compreender como as pessoas interpretam experiências, constroem julgamentos e negociam significados em interação, e quais mecanismos ligam um estímulo compartilhado às respostas dos indivíduos. Originada nas entrevistas em grupo de Emory Bogardus, nos anos 1920, e na entrevista focalizada de Robert Merton e colaboradoras, nos anos 1940, difundiu-se na pesquisa de mercado e retornou às ciências sociais a partir dos anos 1980. O verbete apresenta a origem e os fundamentos epistemológicos da técnica, seus procedimentos, suas vantagens e limitações, dois estudos paradigmáticos, um deles brasileiro, e os debates atuais sobre grupos on-line, grupos contínuos e combinação com grandes volumes de dados.

SUMÁRIO

1. Histórico e fundamentos epistemológicos
2. Procedimentos principais
3. Vantagens, limites de validade e críticas conhecidas
4. Exemplos de aplicação em ciências sociais
5. Debates contemporâneos e variações
6. Referências bibliográficas

Aprovado em: 28/09/2026

Editor(a) responsável: Adriano Codato



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

Enciclopédia Brasileira de Ciências Sociais (EBCS). ANPOCS, 043 - 2026

1. Histórico e fundamentos epistemológicos

Em 1926, o sociólogo Emory Bogardus publicou “*The New Social Research*”, obra que registra um dos primeiros usos sistemáticos de entrevistas em grupo nas ciências sociais. Seu estudo sobre relações raciais na costa do Pacífico combinava *survey*, experimento, entrevistas individuais e entrevistas em grupo em um único desenho metodológico. A entrevista em grupo surgiu ali para baratear o custo de ouvir muitas pessoas individualmente, sucedendo a um experimento no qual os participantes classificavam raças segundo o sentimento despertado (amigável, neutro, hostil), sem qualquer racionalização exigida. Em seguida, refletiam individualmente sobre suas experiências e memórias associadas às respostas. Somente depois retornavam para uma discussão coletiva. Bogardus descreve que, sentados em círculo, um participante começava a narrar uma experiência pessoal com pessoas da raça classificada; sua lembrança despertava outras memórias nos demais integrantes do grupo, novas histórias surgiam espontaneamente, divergências apareciam, argumentos eram contestados e o moderador estimulava esclarecimentos adicionais. Ao final, produzia-se um conjunto de experiências que dificilmente seria alcançado em entrevistas individuais. O objetivo, entretanto, nunca foi apenas ouvir e descrever relatos. A discussão procurava compreender quais vivências haviam produzido os julgamentos observados anteriormente no experimento. Sua preocupação era analítica e visava reconstruir os mecanismos que ligavam uma experiência compartilhada às interpretações construídas pelos participantes, desde sua primeira formulação (Bogardus, 1926).

Quinze anos depois, em novembro de 1941, o sociólogo Paul Lazarsfeld convidou seu colega de departamento Robert Merton para conhecer o *Office of Radio Research*, embrião do futuro *Bureau of Applied Social Research* da Universidade Columbia. Merton nunca havia visto o *Lazarsfeld-Stanton Program Analyzer*, um sistema de botões que registrava curvas cumulativas de aprovação e desaprovação de acordo com o estímulo recebido. Diante dele, um grupo de ouvintes escutava um programa de rádio e registrava continuamente suas reações. Terminada a sessão, um entrevistador perguntava genericamente sobre o programa. Enquanto observava a cena, Merton começou a escrever pequenos bilhetes para Lazarsfeld, criticando o procedimento: as perguntas não retomavam os momentos específicos que haviam provocado as reações e desperdiçavam a riqueza da experiência vivida. Ao final da sessão, Lazarsfeld desafiou Merton a mostrar, com o grupo de participantes que chegaria em seguida, como a entrevista deveria ser conduzida, episódio que se tornaria clássico na história da técnica. Assim nasceu a *focused interview* (Merton et al., 1956/1990).

A Segunda Guerra Mundial transformou essa inovação em um método de pesquisa. Na Seção de Pesquisa do Exército norte-americano, dirigida pelo sociólogo Samuel Stouffer, o psicólogo Carl Hovland conduziu experimentos sobre comunicação e persuasão com soldados expostos a filmes de treinamento e de fortalecimento psicológico e moral, alguns deles dirigidos por Frank Capra, que permitiam estimar se os filmes produziam mudanças de atitude. Hovland reconheceu, no entanto, que o desenho experimental identificava os efeitos, mas não seus mecanismos. Coube às entrevistas focalizadas conduzidas por Merton e sua equipe explicar como os participantes interpretavam o estímulo recebido e quais cenas, mensagens ou

elementos narrativos haviam produzido as mudanças. Pouco depois, a mesma estratégia foi empregada no estudo da maratona radiofônica de 18 horas da cantora Kate Smith, voltada para a venda de títulos de guerra. A análise de conteúdo das transmissões, entrevistas focalizadas e um *survey* representativo de nova-iorquinos foram combinados para compreender não apenas quem aderiu à campanha, mas também por que determinadas mensagens eram persuasivas (Merton et al., 1956/1990).

Essa trajetória permite compreender um aspecto central da epistemologia do método. Em sua formulação original, o foco estava na experiência previamente compartilhada pelos participantes. O grupo constituía um dispositivo analítico para reconstruir os mecanismos que conectavam um estímulo comum às respostas cognitivas, afetivas e comportamentais dos indivíduos. Diferentemente dos *surveys*, voltados à mensuração da distribuição das opiniões, e das entrevistas em profundidade, centradas na trajetória individual, a entrevista focalizada explorava precisamente aquilo que emergia da interação entre pessoas expostas à mesma experiência. Foi essa lógica que deu origem ao grupo focal contemporâneo.

Em 1990, por ocasião da segunda edição de “*The Focused Interview: A Manual of Problems and Procedures*”, publicada originalmente em 1956, o próprio Merton diria que sabia pouco sobre os grupos focais que o *marketing* havia consagrado e que, no fim dos anos 1980, começavam a chegar às ciências sociais. Morgan (1996), por sua vez, situaria nos anos de 1987 e 1988 a eclosão do interesse acadêmico pelo método, mencionando o texto de Merton e coautoras ao lado do seu como marcos da reflexão sistemática sobre o grupo focal.

2. Procedimentos principais

A realização de um grupo focal começa pela definição da pergunta de pesquisa, informada pela literatura e pela análise do contexto empírico. A partir dela, formulam-se hipóteses e avalia-se qual desenho metodológico é mais adequado para respondê-las. O grupo focal é particularmente indicado quando se busca compreender a variedade de opiniões, percepções, ideias ou sentimentos acerca de uma questão, comportamento, política ou programa; identificar fatores associados a opiniões, comportamentos e motivações; compreender diferenças de perspectiva entre grupos sociais; e explorar processos em que a interação entre participantes possa produzir interpretações que não emergiriam individualmente (Krueger & Casey, 2015). Sua escolha, portanto, deve decorrer do problema de pesquisa, não de uma preferência prévia pela técnica.

Definida a estratégia metodológica, o pesquisador precisa estabelecer quem participará dos grupos e quais diferenças entre os participantes são relevantes para a pergunta de pesquisa. A composição deve ser suficientemente homogênea para favorecer a interação em torno de uma experiência ou tema comum, mas preservar as diferenças analiticamente importantes para a investigação. O número de grupos deve ser definido pela diversidade dos perfis investigados e pela suficiência dos dados produzidos. Krueger e Casey (2015) sugerem, como referência prática, aproximadamente três ou quatro grupos para cada perfil de participantes, mas esse número não constitui uma regra universal. O ponto de encerramento deve considerar a saturação ou suficiência temática: quando a realização de novas sessões

deixa de acrescentar dimensões relevantes à compreensão do problema. Quanto ao tamanho, grupos de aproximadamente sete a dez participantes favorecem o equilíbrio entre diversidade de perspectivas e possibilidade de participação efetiva. Minigrupos, com quatro a seis participantes, podem ser úteis quando o recrutamento é difícil ou quando o tema exige maior profundidade.

O recrutamento pode partir de cadastros ou listas previamente disponíveis, de redes de indicação (*snowball sampling*) ou da abordagem direta em espaços públicos, conforme as características da população e as condições do estudo. O critério fundamental não é a representatividade estatística, mas a adequação dos participantes à pergunta de pesquisa e às comparações que o desenho pretende realizar.

O roteiro deve traduzir a pergunta e as hipóteses da pesquisa em uma sequência capaz de orientar, sem aprisionar, a conversa. Roteiros semiestruturados são particularmente adequados porque permitem comparabilidade entre grupos e, simultaneamente, abertura para que a interação produza questões não antecipadas. Cada bloco pode começar com perguntas introdutórias, destinadas a recuperar experiências concretas; seguir para questões de transição, que aproximam gradualmente o participante do tema central; concentrar-se nas perguntas-chave, que demandam maior tempo e aprofundamento; e terminar com questões de síntese, destinadas a esclarecer dúvidas, inconsistências e interpretações.

Quando a pesquisa envolve um estímulo, como filme, notícia, campanha, imagem, vídeo ou situação específica, este deve ser cuidadosamente definido e conhecido pelo pesquisador antes da sessão. O moderador precisa dominar tanto o estímulo quanto a literatura e as hipóteses da pesquisa para reconhecer momentos em que uma narrativa merece ser aprofundada. Seu papel não é apenas distribuir a palavra, mas conectar pessoas, experiências e ideias, estimular a descrição de situações vividas e garantir que diferentes perspectivas sejam efetivamente exploradas.

É na condução da sessão que uma variação do método se torna evidente. Na formulação clássica de Merton, a entrevista focalizada buscava explorar as experiências dos participantes diante de uma situação previamente delimitada. Posteriormente, Kitzinger (1995) deu mais importância a uma característica que se tornaria central na concepção contemporânea dos grupos focais: a interação entre os participantes constitui, ela própria, uma fonte de dados. O grupo não deve funcionar como uma sequência de entrevistas individuais realizadas simultaneamente. Os participantes são estimulados a conversar entre si, fazer perguntas, contar experiências, comentar as falas dos demais, concordar, discordar e reformular seus próprios argumentos. Assim, a diferença entre participantes não precisa ser apenas registrada pelo pesquisador; ela pode ser explorada *in situ* pelos próprios participantes, o que permite observar como perspectivas são negociadas, contestadas e modificadas durante a conversa.

Essa concepção orienta o papel do moderador. O ambiente deve favorecer espontaneidade e conforto, com disposição que facilite o contato entre os participantes, em mesas redondas ou ovais, e a orientação inicial deve deixar claro que o objetivo é promover a conversa entre eles, e não simplesmente obter respostas dirigidas ao pesquisador. Kitzinger propõe que o moderador possa inicialmente assumir uma posição mais discreta, observando a dinâmica do grupo, e, posteriormente, intervir de maneira mais ativa para prolongar debates, explorar inconsistências e estimular a explicitação de divergências. O moderador não é,

portanto, apenas quem formula perguntas: é quem cria as condições para que a interação produza dados relevantes.

Por fim, os grupos devem ser registrados, transcritos e sistematizados segundo categorias derivadas da pergunta de pesquisa, das hipóteses e do roteiro. A análise deve considerar não apenas o conteúdo das falas, mas também concordâncias, divergências, argumentos, emoções, silêncios e interações produzidas no grupo. A validade do desenho decorre da coerência entre problema, seleção dos participantes, roteiro, condução e estratégia analítica, o que permite rastrear como os dados produzidos sustentam as interpretações apresentadas.

3. Vantagens, limites de validade e críticas conhecidas

Como qualquer método de pesquisa, os grupos focais apresentam limitações que precisam ser consideradas tanto no planejamento quanto na interpretação dos resultados. Krueger e Casey (2015) sistematizam as principais críticas dirigidas ao método. A primeira refere-se à tendência dos participantes a racionalizar decisões que, na prática, são tomadas de forma intuitiva ou emocional. Em vez de reconstruírem os processos efetivamente vividos, os entrevistados frequentemente elaboram explicações coerentes *a posteriori*. A segunda aponta para a dificuldade de verbalizar emoções, que constituem parte fundamental dos processos de julgamento e decisão. Somam-se a isso a possibilidade de respostas socialmente desejáveis ou produzidas apenas para atender às expectativas do pesquisador, muitas vezes em substituição ao que seria um sincero “não sei”; a superficialidade analítica de discussões pouco aprofundadas; e a influência que participantes mais dominantes podem exercer sobre a dinâmica do grupo.

Uma releitura da origem histórica do método, entretanto, permite relativizar parte dessas limitações. Em sua formulação original, a técnica não foi concebida para identificar emoções. Essa dimensão podia ser previamente registrada por outros procedimentos de pesquisa. No estudo de Bogardus (1926), por exemplo, os participantes inicialmente classificavam seus sentimentos em relação a diferentes grupos raciais, sem verbalizá-los, em um exercício experimental, e apenas depois eram convidados a discutir as experiências que haviam produzido tais julgamentos. Da mesma forma, nos estudos conduzidos por Paul Lazarsfeld e Robert Merton, as reações do público aos programas de rádio eram registradas pelo *Lazarsfeld-Stanton Program Analyzer* antes do início da entrevista. Nos experimentos conduzidos por Carl Hovland durante a Segunda Guerra Mundial, grupos de soldados eram expostos a filmes de treinamento e reforço moral em desenhos experimentais que permitiam medir seus efeitos, enquanto a entrevista focalizada era utilizada posteriormente para compreender como elementos específicos da experiência haviam ativado memórias e julgamentos relacionados àqueles resultados. Em todos esses casos, o grupo não buscava descobrir emoções ou medir sua intensidade, mas compreender os mecanismos que conectavam um estímulo previamente compartilhado às interpretações construídas pelos participantes. Essas interpretações, por sua vez, não eram buscadas em explicações racionalizadas, mas nas narrativas de memórias e experiências vividas.

A própria origem do método, portanto, sugere uma primeira estratégia para enfrentar suas limitações: a triangulação de técnicas com funções distintas. Experimentos e *surveys* podem identificar e mensurar efeitos, seja de emoções ou de atitudes; grupos focais podem contribuir para explicar os julgamentos e significados associados a essas experiências por meio da reconstrução das narrativas. Essa complementaridade, presente desde a origem da técnica, continua sendo uma alternativa metodologicamente recomendável.

Mesmo quando não integrados a experimentos ou *surveys*, alguns princípios da formulação original permanecem fundamentais para a qualidade analítica dos grupos focais. Em primeiro lugar, os participantes devem ter vivenciado uma mesma situação, aquela que constitui o foco da conversa. Isso reduz interpretações excessivamente distantes, desinformadas ou abstratas e mantém a discussão ancorada em uma experiência concreta. Em segundo lugar, o pesquisador precisa conhecer profundamente o estímulo investigado antes da realização da entrevista. Merton insistia que o moderador deveria dominar o contexto, analisar previamente o material, formular hipóteses e identificar os aspectos potencialmente relevantes da experiência antes de conduzir a discussão, inclusive para reconhecer a importância de silêncios, hesitações e mudanças de posicionamento.

Por isso, a entrevista em grupo deve privilegiar narrativas de experiências vividas, não apenas opiniões gerais. Ao reconstruir episódios concretos, os participantes podem acessar emoções, lembranças e processos interpretativos que dificilmente emergem quando são convidados somente a emitir juízos abstratos. Cabe ao moderador estimular relatos situados, aprofundar significados e explorar inconsistências e divergências. Ao mesmo tempo, deve equilibrar a participação entre os membros, reduzindo a influência excessiva de participantes dominantes e garantindo que diferentes perspectivas sejam efetivamente consideradas.

Assim, muitas das limitações atribuídas aos grupos focais decorrem menos da técnica em si do que de sua utilização desvinculada dos pressupostos presentes em sua formulação original. Sua contribuição permanece justamente aquela identificada por Merton: explicar os mecanismos sociais, cognitivos e afetivos que conectam experiências compartilhadas às interpretações e decisões dos indivíduos.

4. Exemplos de aplicação em ciências sociais

Um exemplo particularmente importante da utilização contemporânea dos grupos focais é “*Talking Politics*”, de Gamson (1992), que investiga como cidadãos comuns constroem entendimentos sobre questões públicas e como mídia e conversa cotidiana participam desse processo. A pergunta metodológica desloca-se, nesse caso, da mensuração de atitudes, então predominante nos *surveys*, para o processo de construção social de significados: como as pessoas desenvolvem interpretações políticas, mobilizam diferentes enquadramentos e constroem, na conversa, entendimentos compartilhados?

Para responder a essa questão, Gamson, de um lado, realizou extensa análise de conteúdo de telejornais, revistas nacionais, editoriais e colunas de opinião, identificando os discursos da mídia construídos em torno de quatro temas: ação afirmativa, energia nuclear, política industrial e conflito árabe-israelense. De outro, realizou 37 grupos focais, compostos por

quatro a seis pessoas comuns, recrutadas por bola de neve. A composição buscava aproximar a situação de pesquisa de uma conversa política cotidiana. Os moderadores introduziam os temas de maneira neutra, procurando não impor previamente determinados enquadramentos.

O desenho permitiu, assim, observar não apenas o que os participantes pensavam, mas como construíam seus entendimentos em interação, mobilizando recursos provenientes da mídia, da experiência cotidiana e da conversa com seus pares. A principal contribuição metodológica do estudo está justamente em tratar a interação não como ruído a ser controlado, mas como objeto e fonte de dados.

No caso brasileiro, a tese de doutorado de Veiga (2001), “Em busca de razões para o voto: o uso que o homem comum faz do horário eleitoral”, realizada no Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa) do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ) e no Centro de Pesquisas Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora, com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais, investigou como cidadãos comuns elaboravam sua decisão de voto por meio da conversação cotidiana e como processavam o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) na disputa presidencial de 1998.

O desenho articulou três técnicas complementares. Primeiro, uma análise de conteúdo das propagandas de Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, seguindo uma lógica próxima àquela defendida por Merton: para investigar a recepção, o pesquisador deve conhecer sistematicamente o estímulo ao qual os participantes são expostos. Segundo, um painel de quinze eleitores comuns, entrevistados em profundidade mensalmente durante os quatro meses que antecederam a eleição de outubro. A manutenção dos mesmos entrevistados permitiu acompanhar a decisão como processo, observando continuidades, mudanças e reinterpretações diante do acúmulo de novos estímulos durante a campanha. Terceiro, foram realizados vinte grupos focais nos próprios dias de veiculação do HGPE, o que possibilitou observar, no momento da transmissão, como os eleitores selecionavam, processavam e conversavam sobre a propaganda, confrontavam interpretações e construíam sentidos coletivamente, em aproximação à prática de Gamson e à perspectiva de Kitzinger (1995). O principal ganho analítico do desenho foi articular a elaboração individual da disputa eleitoral ao longo do tempo, o estímulo produzido pelas campanhas e sua interpretação na interação grupal. A pesquisa mostra, assim, a potência dos grupos focais quando inseridos em desenhos multimétodo e longitudinais.

5. Debates contemporâneos e variações

A pandemia de Covid-19 acelerou uma transformação que já estava em curso: a conversa que antes exigia uma sala, cadeiras dispostas em círculo e a presença física dos participantes passou também a caber em uma tela. Os grupos focais on-line ampliaram a possibilidade de reunir pessoas geograficamente distantes, reduziram custos e tornaram viáveis desenhos nacionais ou mesmo transnacionais que seriam difíceis de realizar presencialmente.

A mudança, contudo, não ocorreu sem custos metodológicos. Ainda se debate em que medida os dados produzidos on-line são equivalentes aos obtidos presencialmente. A tela reduz

a percepção de pistas não verbais, pode favorecer sobreposição de falas e introduz a chamada fadiga de tela, que tende a comprometer a atenção em sessões prolongadas. Há ainda um problema de seleção: pessoas sem conexão estável, equipamento adequado ou letramento digital podem ficar excluídas, produzindo vieses particularmente relevantes em pesquisas sociais e eleitorais. Essas questões não invalidam a modalidade on-line, mas exigem que suas condições de produção sejam consideradas no desenho e na interpretação dos dados.

Outra frente rompe com a própria lógica de sessão única, síncrona e delimitada no tempo: os grupos focais contínuos, conduzidos por aplicativos de mensagens como o WhatsApp, combinam elementos da técnica clássica com a lógica de pesquisas em painel, acompanhando as mesmas pessoas ao longo de semanas ou meses. Esses novos modos de condução são tratados no verbete Grupos focais digitais.

Também se amplia a possibilidade de combinar grupos focais com dados produzidos em larga escala (*big data*). Mineração de textos e análise de redes podem identificar o que circula nas redes sociais e com que intensidade; o grupo focal pode então explorar como e por que determinados conteúdos ganham significado para aqueles que os recebem. A complementaridade recupera, em nova escala, uma característica presente desde Merton: diferentes métodos podem responder a diferentes perguntas sobre uma mesma experiência.

Essa possibilidade torna-se especialmente fecunda em ambientes de alta polarização afetiva, nos quais aquilo que aparece nas redes nem sempre coincide com aquilo que os indivíduos dizem espontaneamente em uma situação de pesquisa. Para explorar esse intervalo entre o discurso público digital e sua recepção, o pesquisador pode apresentar aos participantes mensagens reais das redes sociais, favoráveis e contrárias a determinado posicionamento, utilizando-as como estímulos para a conversa. O objetivo não é apenas perguntar se concordam ou discordam, mas observar o que o conteúdo provoca, quais lembranças mobiliza, quais argumentos desperta e como os participantes reagem aos argumentos dos outros. Esse recurso pode estimular a verbalização de dúvidas, ressentimentos e críticas que não emergiriam espontaneamente, permite observar a reação não apenas ao conteúdo, mas também à forma e ao estilo comunicacional próprios das redes, e amplia a diversidade de perspectivas captadas, tornando possível apreender melhor o ambiente emocional e interacional da comunicação digital.

6. Referências bibliográficas

Textos fundadores e genealogia

Bogardus, Emory Stephen. (1926). *The new social research*. Jesse Ray Miller.

Merton, Robert King, Fiske, Marjorie, & Kendall, Patricia L. (1990). *The focused interview: A manual of problems and procedures* (2a ed.). Free Press. (Obra original publicada em 1956).

Morgan, David L. (1996). Focus groups. *Annual Review of Sociology*, 22, 129–152.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>.

Manuais e guias de referência

Kitzinger, Jenny. (1995). Qualitative research: Introducing focus groups. *BMJ*, 311(7000), 299–302.
<https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>.

Crítica metodológica

Krueger, Richard A., & Casey, Mary Anne (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5a ed.). SAGE.

Aplicações empíricas

Gamson, William Anthony. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.

Veiga, Luciana Fernandes. (2001). *Em busca de razões para o voto: O uso que o homem comum faz do horário eleitoral* [Tese de doutorado, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro].

VER TAMBÉM:

[Grupos focais digitais](#) | [Entrevista em profundidade](#) | [Análise de conteúdo](#) | [Survey](#) | [Experimentos e experimentos de survey](#) | [Métodos Mistos](#) | [Etnografia digital](#)

COMO CITAR ESTE VERBETE:

Veiga, Luciana. (2026). Grupos focais. In *Enciclopédia Brasileira de Ciências Sociais (EBCS)*. ANPOCS. 10.17666/ebs.2026.043.