

5 Grupo de foco

Através do emprego do grupo de foco, objetivamos discutir o tema apresentado aos participantes reunindo suas opiniões e percepções, explorando tópicos específicos, individuais pontos de vista e experiências diversas através da interação do grupo e das opiniões expostas sobre as sequências de filmes assistidas coletivamente. Sendo os integrantes selecionados com base nas suas características em comum e individuais relacionadas com o tema das sessões, ambicionou-se o aumento da riqueza das informações obtidas. Os profissionais que foram convidados são designers de produção / diretores de arte, cenógrafos, figurinistas, diretores e atores.

Diversos livros foram utilizados para a formulação do planejamento adequado para a aplicação da técnica. Entre eles: *Communicating the user experience: a practical guide for creating useful UX documentation*¹ de Richard Caddick; *Developing focus group research: politics, theory and practice*² de Jenny Kitzinger e Rosaline Barbour; *Focus groups: a practical guide for applied research*³ de Richard A. Krueger e Mary Anne Casey; *Focus Groups: Supporting Effective Product Development*⁴ de Joe Langford e Deana Macdonagh-Philp; *Continuum research methods: using focus groups in research*⁵ de Lia Litosseliti e *Understanding your users: a practical guide to user research methods, tools and techniques*⁶ de Courage e Baxter.

O planejamento, conforme orientados pelos autores acima citados, deu-se em cinco etapas:

1. Definição do que deseja ser identificado através do grupo focal;

¹ CADDICK, Richard; CABLE, Steve. **Communicating the User Experience: A Practical Guide for Creating Useful UX Documentation**. Hoboken: Wiley, 2011.

² KITZINGER, Jenny; BARBOUR, Rosaline S. Introduction: the challenge and promise of focus groups. In: KITZINGER, Jenny; BARBOUR, Rosaline S, organizadores. **Developing focus group research: politics, theory and practice**. London: Sage Publication Ltd., 1999.

³ KRUEGER, Richard A.; CASEY, Mary Anne. **Focus groups: a practical guide for applied research**. 5 ed. London: Sage Publication Ltd., 2015.

⁴ LANGFORD, Joe; MCDONAGH-PHILP, Deana. **Focus Groups: Supporting Effective Product Development**. Boca Raton: CRC Press, 2002.

⁵ LITOSSELITI, Lia. **Continuum Research Methods: Using Focus Groups in Research**. London; New York: Continuum International Publishing, 2003

⁶ COURAGE, C.; BAXTER, K. **Understanding your users: a practical guide to user research methods, tools and techniques**. Burlington: Morgan Kaufmann, 2005.

2. Seleção e recrutamento dos participantes;
3. Elaboração dos roteiros de cada sessão ;
4. Realização da aplicação da técnica;
5. Análise e validação dos dados coletados durante as sessões.

Foram explorados assuntos como o processo da criação cenográfica, a comunicação visual entre o cenário e o personagem e a comunicação visual entre o cenário e o espectador, incluindo a abordagem a partir da experiência com o espectador de assistir a um mesmo filme repetidas e sua compreensão sobre os significados. Desta forma, foram formuladas as perguntas para as sessões, mas sempre deixando espaço para novas discussões que poderiam surgir ao longo do processo.

Ao longo das três sessões realizadas, o grupo manteve-se quase o mesmo, mas com pequenas variações entre os participantes. Após cada sequência de filme assistida em conjunto, era feito um debate por todos sempre com o foco em alguma questão específica. Citemos alguns exemplos na tabela abaixo:

Sequências / Filmes	Perguntas
<i>O mágico de Oz</i> <i>Cantando na chuva</i> ⁷ <i>O iluminado</i> ⁸	De que formas podemos observar o design na construção de um cenário? E na comunicação do mesmo?
<i>O iluminado</i>	Qual é o elemento da cenografia que mais chama a atenção de vocês? Por quê?
<i>Metropolis</i> ⁹ <i>E o vento levou</i>	Como a cenografia propõe soluções para se comunicar visualmente com o personagem e com o espectador?
<i>O cozinheiro, o ladrão, sua mulher e o amante</i> ¹⁰	Por que a mudança das cores nos ambientes? O que isso comunica?
<i>Ela</i> <i>E la nave va</i>	Sobre a relação entre os personagens e o cenário.

Foram analisadas todas as respostas às perguntas realizadas aos participantes. O grupo de foco foi de extrema importância para as questões citadas

⁷ *Cantando na chuva*. Título original: *Singin' in the rain*. EUA, 1952. Cor. 103 min. Direção: Stanley Donen; Gene Kelly.

⁸ *O iluminado*. Título original: *The shining*. EUA, 1980. Cor. 144 min. Direção: Stanley Kubrick.

⁹ *Metropolis*. Alemanha, 1927. PB. 153 min. Direção: Fritz Lang.

¹⁰ *O cozinheiro, o ladrão, sua mulher e o amante*. Título original: *The cook, the thief, his wife and her lover*. Reino Unido, 1989. Cor, 124 min. Direção: Peter Greenaway.

anteriormente e abordadas ao longo das sessões, tal como a exposição da nossa hipótese aos membros. As perguntas foram formuladas de acordo com os objetivos da dissertação e o resultado da aplicação desta técnica foi relevante para a conclusão desta pesquisa, conforme veremos a seguir.