

GRUPOS DE FOCO ONLINE ASSÍNCRONOS: UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE SUA APLICAÇÃO

ALINE MARIANE DE FARIA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

JEFERSON BRÁS DE LIMA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Agradecimento à órgão de fomento:

Não há.

GRUPOS DE FOCO *ONLINE* ASSÍNCRONOS: UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE SUA APLICAÇÃO

INTRODUÇÃO

A maior exposição à Internet e mídia sociais nas rotinas diárias tem afetado e trazido inovações em diversas áreas do conhecimento. Nos métodos da Pesquisa Qualitativa, alguns dos mais tradicionais foram adaptados para aplicação *online*, como a etnografia, a observação, o grupo de foco, a entrevista, entre outros. Entretanto, esse novo contexto traz consigo oportunidades e desafios que dão características totalmente novas aos métodos (BOYDELL et al., 2014).

Os métodos *online* ganharam popularidade através de pesquisas de mercado na década de 1990 (WILLIAMS et al., 2012), devido principalmente às facilidades e menor custo de execução e análise. Bouchard (2016) indicou que existe uma escassez de pesquisas que reflitam sobre o uso de métodos *online*. Além disso, eles têm sido recebidos tanto por defensores entusiasmados, como por comentadores críticos (BOYDELL et al., 2014), algo que evidencia ainda mais a importância do desenvolvimento de mais pesquisas.

Para este ensaio foram analisados artigos publicados em periódicos internacionais na área de métodos qualitativos, como: International Journal of Qualitative Methods, The Qualitative Report, Qualitative Research e Medical Research Methodology. No decorrer do trabalho será abordado uma visão geral sobre o método do grupo de foco *online* e algumas das principais características que podem distingui-lo do grupo de foco tradicional.

VISÃO GERAL SOBRE O MÉTODO DO GRUPO DE FOCO *ONLINE*

Tradicionalmente, o grupo de foco é um método qualitativo de coleta de dados no âmbito das ciências sociais e envolve o pesquisador facilitar ou mediar uma discussão presencial em grupo em torno de um determinado tema (BOYDELL et al., 2014). Por sua vez, o grupo de foco pela Internet utiliza um ambiente *online*, onde os participantes possuem acesso para interagir sobre um determinado tema, não havendo interação presencial (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Para Bouchard (2016), há debates sobre se fóruns de mensagens *online* incorporam ou não os entendimentos tradicionais sobre grupo de foco, sendo que os defensores do método *online* enfatizam que a natureza interativa e focada da discussão é preservada em um ambiente *online*, e por isso é preciso descrevê-lo como grupo de foco (STEWART; WILLIAMS, 2005). Já os críticos acreditam que os grupos de discussão presenciais representam aquilo que seria o "ideal", e que grupos de discussão *online* devem tentar replicá-los no que for possível (BOYDELL et al., 2014), sugerindo que o grupo de foco *online* deve ser entendido apenas como uma ferramenta complementar. Entretanto o grupo de foco *online* não deveria ser entendido como uma "variação" ou uma "replicação" do grupo de foco tradicional, mas sim um método distinto que deve ser tratado de maneira individualizada (NORTHEY et al., 2015; STEWART; SHAMDASANI, 2016). Isso porque o ambiente *online* possui diferentes limitações, vantagens, características e formas de aplicação.

Os grupos de foco *online* englobam dois contextos temporais distintos: síncronos e assíncronos (BOUCHARD, 2016; BOYDELL et al., 2014; WILLIAMS, 2012). Debates síncronos dizem respeito à discussão *online* em tempo real que muitas vezes tomam a forma de fóruns estilo "chat-room" no qual os participantes estão presentes ao mesmo tempo e o destaque de texto é instantâneo (BOUCHARD, 2016; BOYDELL et al., 2014; WILLIAMS, 2012). Por outro lado, os grupos focais assíncronos, que são o objeto deste ensaio, permitem que os participantes contribuam na discussão em horários e dias que tiverem disponibilidade durante um período escolhido, durando tipicamente de alguns dias a semanas. Os grupos assíncronos podem assumir a forma de "quadros de mensagens" ou de fóruns na web, cujo acesso pode ser limitado apenas àqueles convidados pelo pesquisador (BOYDELL et al., 2014). Há um moderador, que pode ser o pesquisador, cuja função é iniciar um tópico de discussão, compartilhando perguntas e fomentando a discussão por meio diversas plataformas ou fóruns dedicados (STEWART; SHAMDASANI, 2016).

FACILIDADES PROMOVIDAS PELA APLICAÇÃO *ONLINE*

As vantagens mais evidentes do método *online* são aquelas relacionadas com as facilidades de aplicação. A coleta é relativamente mais barata (sem necessidade de infraestrutura física), rápida e os dados ficam disponíveis imediatamente, não havendo necessidade de transcrição (STEWART; WILLIAMS, 2005). A operacionalização das longas transcrições necessárias na maioria das análises pós-entrevistas ou grupos de focos pode ser facilitadas com as transcrições de maneira automática, diminuindo o trabalho de pesquisa e aumentando a precisão.

Além disso, grupos de discussão *online* permitem que indivíduos geograficamente dispersos ou de difícil acesso possam contribuir nas discussões (ORINGDERFF, 2004; BOYDELL et al., 2014; WILLIAMS, 2012), viabilizando pesquisas que necessitam da interação de pessoas de diferentes localidades, por exemplo, uma pesquisa que pretenda explorar como a cultura nacional pode influenciar a estratégia mercadológica de suas empresas.

Outra facilidade relacionada a pesquisa assíncrona é a adequação da disponibilidade do participante. Isso pode ser particularmente útil quando existe a impossibilidade de planejar horários e locais para discussão face-a-face, como públicos empresariais de alto nível ou pessoas que estejam impossibilitadas de se deslocarem por qualquer motivo (WILLIAMS, 2012). Porém a falta de comunicação verbal pode ser uma limitação importante nesse método de pesquisa. Ratislavová e Ratislav (2014) argumentam que essa estratégia de coleta de dados deve ser utilizada quando (i) o pesquisador não tem necessidade de interagir socialmente com o pesquisado, (ii) há restrição orçamentária na coleta, como deslocamento ou viagem, (iii) o grupo de estudo é fechado ou de difícil acesso e (iv) o tópico estudado é delicado e pode ser constrangedor ao pesquisado.

Por outro lado, algo que pode dificultar a participação de uma pessoa na discussão é a necessidade do acesso à Internet. Embora, o aumento do acesso à rede em escolas e bibliotecas tenha sido expressivo nos últimos anos, é importante considerar que o acesso global à Internet ainda é altamente variável (WILLIAMS, 2012). Essa barreira pode dificultar o acesso de pessoas sem acesso à alternativas de dados, não-nativos digitais, públicos de baixa renda e instrução, entre outros.

O ANONIMATO E A FALTA DA PRESENÇA FÍSICA

Em contraste com a pesquisa tradicional, a pesquisa *online* tem o potencial para que os participantes compartilhem suas experiências em um espaço anônimo, sem a divulgação de sua própria imagem e/ou com o uso de nomes falsos na interação com outros participantes. Esse anonimato percebido demonstrou implicações importantes para o processo da coleta de dados (BOUCHARD, 2016).

Primeiramente, o anonimato da internet pode criar um ambiente mais permissivo e desinibidor para que os participantes da pesquisa revelem suas experiências reais, podendo facilitar a expressão do “verdadeiro eu”, algo que talvez sejam incapazes de fazer em ambientes presenciais devido às expectativas dos outros e os riscos sociais envolvidos (WILLIAMS, 2012). O anonimato pode ser especialmente vantajoso quando:

1. o tema da discussão é denatureza sensível ou estigmatizada (MANN; STEWART, 2000);
2. o tema instiga o desejo de aceitação social(BOUCHARD, 2016);
3. existeminibições de poder com base em percepções de outros membros do grupo, como a aparência física e o status social dos participantes (STEWART; WILLIAMS, 2005).

Como exemplo do item “1”, há um estudo sobre “riscos para a saúde dos jovens”, que recrutou homens jovens para discutir sobre sexo e o uso de álcool. Inicialmente um grupo de foco tradicional (face-a-face) foi realizado. Contudo, essa discussão consistiu de respostas silenciosas, murmúrios, risose respostas curtas sem a admissão do uso de álcool ou sexo. Em contraste, um quadro muito diferente emergiu em uma segunda fase do estudo que utilizou discussões *online*. Os jovens divulgaram experiências de com excesso de álcool e relações sexuais casuais (MANN; STEWART,2000). Ou seja, o ambiente *online* anônimo e a falta da presença física desinibiu os jovens e encorajou-os a expressarem sobre suas experiências que tinham uma natureza mais pessoal e estigmatizada.

No item “2” temos como exemplo a utilização do método *online* assíncrono para entender como o “bullying” se manifesta dentro de relações de amizadeentre adolescentes. Uma limitação para pesquisar as opiniões subjetivas de experiências de “bullying” em círculos de amizade é justamente a negação de sentimentos negativos, especialmente por causa da necessidade de aceitação social. A pesquisa, inclusive, salienta que os métodos de pesquisa em um formato *online* anônimo têm o potencial para iluminar uma real compreensão sobre o assunto“bullying” (BOUCHARD, 2016).Ou seja, o ambiente *online* anônimo e a falta da presença física podem minimizar o desejo de aceitação social dos indivíduos, uma vez que não por não serem vistos se sentiriam menos pressionados.

Já um exemplo muito interessante do item “3” diz respeito à um estudo sobre anorexia nervosa, no qual seus participantes expressaram suas opiniões sobre o compartilhamento de suas experiências em um formato anônimo pela internet (WILLIAMS, 2009, apud WILLIAMS, 2012), como por exemplo a opinião abaixo:

It was so much easier to be honest about things without worrying about what the “skinny” person across the room was thinking about me or what I had to say (...) you are much more likely to get an honest answer out of me if I feel safely hidden (even baggy jeans and

sweatshirts aren't enough to hide me if I'm face-to-face with someone) (WILLIAMS, 2009, p. 286, apud WILLIAMS, 2012).

Isto sugere que a falta de presença física eo anonimato físico podem ser particularmente desejados pelas populações com preocupações relacionadas a aspectos físicos e psicológicos e que as abordagens *online* podem ser úteis para a investigação neste campo (WILLIAMS, 2012).

Entretanto, a pesquisa *online* não garante necessariamente o anonimato entre os participantes, que podem querer se auto revelar durante as discussões ou mesmo dar pistas objetivas de sua identidade. Para maximizar o anonimato, os participantes devem ser encorajados a selecionar um nome totalmente diferente dos nomes de usuário que utilizam em outras interações *online* (WILLIAMS, 2012).

AUTENTICIDADE DO PARTICIPANTE

Embora o anonimato traga vantagens consideráveis, traz também limitações que precisam ser apontadas. A principal delas é a questão da autenticidade do participante, uma vez que a falta de “fiscalidade” também pode dificultar a verificação da identidade dos participantes (WILLIAMS, 2012).

Algumas estratégias têm sido sugeridas para minimizar a questão da falsificação do participante. Em primeiro lugar, sugere-se que os pesquisadores realizem um “teste de equivalência”, no qual procuram por respostas consistentes em tópicos semelhantes colocados em diferentes partes da discussão (HAMILTON; BOWERS, 2006). Em segundo lugar, os pesquisadores podem exigir métodos de rastreamento adicionais, tais como cópias de formulários de consentimento ou telefonando aos participantes para obter um consentimento verbal. (BOUCHARD, 2016).

Muito embora esta questão seja pronunciada no ambiente *online*, a preocupação da autenticidade também é pertinente nas pesquisas face-a-face qualitativas ou quantitativas (questionários, formulários, etc). Também é importante salientar a autenticidade do participante, pois como Bouchard (2016) coloca, a validade das respostas do participante depende, em última análise, da sua integridade e honestidade, algo inerente e aplicável a qualquer método de pesquisa, presencial ou não.

A autenticidade dos dados também levanta a questão da qualidade dos dados, uma vez que isso impacta no tempo de análise do pesquisador. Dados obtidos por meio de entrevistas por email tendem a ser tão bons quanto dados de entrevistas face-a-face, pois os participantes estão mais focados e as respostas são densas, melhor estruturadas e explícitas (RATISLAVOVÁ; RATISLAV, 2014).

SEGURANÇA DOS PARTICIPANTES

A segurança dos participantes é mais um tópico que deve ser cuidadosamente considerado, especialmente quando a pesquisa abordar temas sensíveis. O anonimato do ambiente *online* também pode aumentar a probabilidade de expressão de opiniões negativas e/ou comunicações com "menos discrição e tato" (ORINGDERFF, 2004). Assim, da mesma forma como acontece com grupos focais tradicionais, é importante estabelecer cuidados básicos com a interação dos participantes (ORINGDERFF, 2004) e estabelecer um protocolo

de gestão para situações desconfortáveis(WILLIAMS, 2012), tal como é feito no grupo de foco tradicional.

Um segundo aspecto é a consideração do local em que grupo de foco *online* será hospedado. Por exemplo, um estudo, que utilizou fóruns públicos para a realização do grupo de foco *online* com pessoas que se automutilaram, teve a interferência de não-participantes com comentários hostis(WILLIAMS, 2012). Com isso, percebemos a importância de um ambiente *online* fechado para a discussão, no qual apenas os participantes com login e senha possam acessar.

A estrutura da página e o conteúdo das discussões podem ser facilmente transpostas por meio dos recursos de “copiar” e “colar”, algo que pode representar um fator de risco especialmente para pesquisas em temas sensíveis, embora isso possa ser facilmente mitigado pelas plataformas disponíveis atualmente.

A segurança dos próprios acessos é um tema recorrente. Por diversas vezes, o comunicador mais utilizado do mundo, o Whatsapp, foi hackeado e celulares podem ter sido contaminados com programas maliciosos e não detectáveis. Essa desconfiança gerada por acessos que embora seguros, podem ser corrompíveis, gera receios e baixos retornos quando tópicos mais delicados e pessoais são discutidos nas plataformas e fóruns específicos, afastando o pesquisado e diminuindo o alcance da pesquisa.

A NATUREZA ESCRITA DA COMUNICAÇÃO

A natureza da comunicação em grupos de foco *online* pode ser diferenciada para os grupos síncronos e assíncronos.

Quando se trata de grupos de foco *online* síncronos, estes podem abordar tanto uma comunicação escrita, como uma comunicação oral. Por outro lado, os grupos assíncronos utilizam usualmente a comunicação escrita. Por esse motivo, neste tópico será abordado apenas a natureza da comunicação escrita das discussões.

Ao utilizar a comunicação escrita, a sincronidade pode tornar a discussão acalorada e rápida, dificultando as interações (GRAFFIGNA; BOSIO, 2006). Com isso, este delineamento pode não ser adequado para públicos com menos habilidades no teclado ou menos familiarizados com este tipo de ambiente *online*. Além disso, a velocidade de interação também pode prejudicar o nível de profundidade das respostas dos participantes (GRAFFIGNA; BOSIO, 2006).

Por sua vez, a pesquisa assíncrona remove pressões de tempo para responder uma pergunta. Essa maior liberdade temporal pode permitir respostas mais cuidadosamente elaboradas (RATISLAVOVÁ; RATISLAV, 2014). No entanto, a assincronia também pode afetar a impulsividade das respostas (ORINGDERFF, 2004), e nesse ponto os pesquisadores precisam ponderar o quanto importante é a espontaneidade do participante para sua pesquisa antes de escolher o método assíncrono. Similarmente, o pesquisador também tem mais tempo para refletir melhor sobre as respostas dos participantes, antes de fazer a próxima pergunta. Isto pode reduzir erros de interpretação dos relatos dos participantes e tornar a coleta ainda mais rica e robusta (WILLIAMS, 2012). Contudo, uma desvantagem da natureza assíncrona é que ela pode resultar em uma menor interação entre os participantes (GRAFFIGNA; BOSIO, 2006), prejudicando a formação de novos questionamentos.

Outra limitação significativa nos métodos *online* diz respeito à ausência da linguagem corporal e de vários sinais não-verbais que podem prejudicar uma análise mais aprofundada das emoções dos participantes (WILLIAMS, 2012). Por esse motivo, os pesquisadores precisam contar com meios alternativos para avaliar as emoções dos participantes, tanto para entender melhor suas experiências, como para identificar algum desconforto com relação à pesquisa.

Enquanto que o silêncio pode ser um importante indicador em discussões presenciais, na discussão *online* o pesquisador pode ficar da dúvida sobre o motivo do silêncio, que pode representar diversos fatores: (i) o participante está desconfortável com a pesquisa, (ii) o participante perdeu a pergunta, (iii) o participante está mais envolvido em outra questão do fórum, ou mesmo, (iv) o participante não tem uma resposta para a pergunta. Para melhorar isso, os pesquisadores podem usar mensagens direcionadas apenas à um participante para avaliar o motivo do silêncio e sua vontade de continuar no processo de pesquisa (BOUCHARD, 2016).

Além disso, os participantes podem compensar a falta de sinais não-verbais, garantindo que as suas descrições retratem o maior nível possível de significado que eles desejam transmitir. Pode-se argumentar, ainda, que essa expressão escrita explícita da emoção é mais facilmente interpretada e incorporada em análises do que as nuances emocionais implícitas oferecidas pela linguagem corporal e outros aspectos não verbais das discussões presenciais (WILLIAMS, 2012).

Nesse sentido, existem convenções *online* que permitem injetar um senso de emoção em sua escrita. Estes incluem o uso de letras maiúsculas (por exemplo, “EU ESTOU GRITANDO”), sinais de pontuação (por exemplo, “!!!!”), emoticons (por exemplo, “😍” para “apaixonado”) e acrônimos populares (por exemplo, “mdr” que significa “morri de rir”) (STEWART; WILLIAMS, 2005). Além disso, não podemos deixar de mencionar as representações próprias da comunicação *online* escrita, que é usualmente mais informal, com o uso de abreviaturas (por exemplo, “td bem c vc?”, que significa “tudo bem com você?”) e grafias fonéticas (por exemplo, “ksa” para dizer “casa”), mas que ao mesmo tempo também permitem recursos mais formais, como a capacidade de editar as mensagens.

Outro aspecto relevante é o aumento das tecnologias que utilizam a comunicação escrita de forma rápida entre o emissor e receptor (como Whatsapp, Telegram, Skype, Facebook, Emails, etc) e que tem se tornado ferramentas hegemônicas de comunicação. Para isso basta lembrar que até alguns anos se utilizava o serviço pago de “torpedos” e SMS (short message service) de maneira recorrente e hoje com a expansão das redes sem fio gratuitas, o Facebook controla a comunicação eletrônica por meio do Whatsapp e Instagram. Também é preciso destacar que a linguagem escrita pode ser preferível por aqueles que acham difícil se expressar verbalmente, assim como aqueles que têm dificuldades de fala ou de audição, ou aqueles que têm deficiências cognitivas (WILLIAMS, 2012). Por outro, é claro que também existem pessoas que não tem proficiência na comunicação escrita e se sentem mais confortáveis utilizando a comunicação verbal (WILLIAMS, 2012). Desta forma, assim como qualquer outra decisão de pesquisa, é necessário analisar estas preferências do público pesquisa e considerá-las ao delinear os métodos utilizados de coleta de dados.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

Embora, o uso do ambiente *online* traga as facilidades já discutidas, destacam-se também algumas questões práticas que precisam ser analisadas com maior cuidado e pesquisa. Algumas dessas questões são:

- (i) Como recrutar e selecionar os indivíduos que participaram do meu grupo de foco, especialmente quando houver uma abordagem “anônima”?
- (ii) É permitido incentivar participantes?
- (iii) Qual a quantidade ideal de pessoas na discussão? E o tempo de coleta?

Para o recrutamento, são abordadas tanto práticas *online* como *off-line*. A primeira consiste no pesquisador anunciar sua pesquisa em sites especializados, redes sociais e/ou email marketing. Contudo, em uma pesquisa que buscou explorar como as pessoas que estão em “grupos de risco” se previnem, os autores tiveram retorno de apenas um candidato (BOYDELL et al., 2014). Embora razões de cunho pessoal pareçam ser um dos limitantes, é necessário que um aprofundamento por parte de mais pesquisas focadas em recrutamento *online*. Sobre o recrutamento *off-line*, Tates et al (2009) mencionam uma pesquisa em que o objetivo era entender particularidades psicológicas de um grupo de pacientes pediátricos com câncer. O método era assíncrono e envolvia crianças e adolescentes entre 8 e 17 anos e, também, alguns familiares dessas crianças. No recrutamento os pesquisadores solicitaram o auxílio de profissionais de saúde para que divulgassem o estudo. O resultado foi positivo e a pesquisa pode ser realizada (TATES et al., 2009). Nesse caso a credibilidade dos participantes no estudo pode ser aumentada em relação aos anúncios *online*, uma vez que o profissional de saúde passa uma maior confiança sobre a procedência e seriedade do estudo, podendo ter sido essa credibilidade profissional um fator primordial para o sucesso da pesquisa.

Embora não se tenha encontrado referências, sugere-se a possibilidade de pesquisas futuras na realização de recrutamento pelos dois métodos (*online* e *off-line*) além de incutir na discussão do grupo de foco questões sobre o próprio recrutamento para aprofundamento da metodologia e dos resultados alcançados.

Segundo Stewart e Shamdasani (2016), os incentivos para os participantes variam da forma de pesquisa adotada, desde cupons para gastos online até dinheiro em espécie ou produto. Métodos assíncronos, por sua vez, tendem a demandar algum tempo do pesquisado, mas suas recompensas geralmente são vale-presentes e cupons. Porém a utilização de incentivos pode ter efeitos não benéficos ao atrair pesquisados não relacionados à pesquisa, prejudicando a autenticidade pretendida e os dados coletados.

Quanto a quantidade de pessoas na discussão, geralmente, existe o potencial de usar amostras maiores do que nos estudos face-a-face (STEWART; WILLIAMS, 2005), algo que pode permitir que os pesquisadores tenham acesso a uma gama maior de experiências. Para Lijadi e van Schalkwyk (2015), o grupo ideal adotado em sua pesquisa foi entre a 5 e 6 participantes que garantiram material de qualidade, logo a definição de grupo “ideal” fica a critério do pesquisador. Nota-se que a abordagem online permite uma flexibilidade de obtenção de dados ainda pouco estudada. Contudo, é possível que uma amostra maior também possa acentuar uma das principais desvantagens do método *online* que é justamente a maior dificuldade de interação entre os participantes, seja pela rapidez em que simultâneas

mensagens aparecem, seja quantidade de mensagens que podem “passar despercebidas” ou pela quantidade material gerado para análise (LIJADI; VAN SCHALKWYK, 2015).

Por fim, quanto ao tempo de discussão para um grupo de foco assíncrono, Williams (2012) identificou estudos de grupos focais *online* assíncronos que variaram de uma a quatro semanas. Williams (2012) também relata que a concepção de estudos assíncronos em grupos focais *online* pode ser dependente da natureza do tema. Por exemplo, um estudo que irá explorar questões sensíveis sobre as experiências de um estresse traumático provavelmente terá um grupo menor para garantir um ambiente mais confortável. Tal estudo também pode durar mais tempo para dar aos participantes mais oportunidade de construir relacionamentos e se familiarizarem com os temas abordados antes de postar suas respostas. Portanto, ao desenvolver um estudo de grupo de foco *online*, os pesquisadores devem permanecer pragmáticos sobre o seu projeto de pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet se mostrou uma facilitadora das pesquisas acadêmicas e diversos métodos antes pessoais agora apresentam variações *online*, que podem ser preferíveis e mais adequados para as determinadas questões de pesquisa. Assim, além de viabilizar diversos estudos, os métodos *online* também agregam mais valor em termos de robustez das informações coletadas.

Ainda assim, como qualquer outro método de pesquisa, a utilização de apenas grupo de foco *online* pode não ser suficiente para uma boa análise exploratória. Boydell et al (2014) trazem um estudo que comparou dados coletados em (i) grupos de foco presenciais, (ii) grupos de foco *online* síncronos, (iii) grupos de foco *online* assíncronos, e (iv) uma combinação de grupos de foco *online* síncronos e assíncronos. Notavelmente, onde uma combinação de discussão síncrona e assíncrona foi empregada, os participantes eram mais cooperativos e eram menos propensos ao "monólogo" gerando dados mais valiosos para a pesquisa (BOYDELL et al., 2014). Portanto, parece que a combinação dos métodos síncrono e assíncrono impacta em uma maior interação entre participantes e desenvolvimento de melhores relações, tornando o ambiente ainda mais desinibidor e, assim, maximizando a riqueza dos dados coletados e fomentando tanto a interação imediata quanto respostas mais elaboradas.

Desta forma, a justificativa para utilizar métodos *online* assíncronos precisa transcender os aspectos práticos e estar em coerência com a pergunta problema do pesquisador. Devem ser considerados aspectos como: (i) familiaridade e conforto dos participantes com a comunicação *online* e digitada, (ii) acesso dos participantes à Internet e (iii) inserção do pesquisado no tema de pesquisa. Caso contrário, é possível que o fenômeno a ser investigado possa ser contaminado pelo método *online* ofereça resultados de baixa qualidade.

Para Graffigna e Bosio (2006) a pesquisa qualitativa *online* deve ser considerada como uma ferramenta nova, diferente e complementar no arsenal de métodos aos quais um pesquisador possa recorrer e não apenas uma adequação das abordagens tradicionais que abordam o face-a-face (BOUCHARD, 2016).

Por fim, a pesquisa *online* tem o potencial de aproveitar as experiências de grupos que normalmente não teriam capacidade ou disponibilidade de participar em estudos face-a-face. Embora a natureza anônima e assíncrona adotada em alguns métodos *online* possa facilitar a

discussão de temas sensíveis e pessoais que geralmente são debatidos em diversas áreas de conhecimento, ela também pode ser aplicada para no entendimento do comportamento de consumo de pessoas, reações de grupos socialmente marginalizados, análise de mídias sociais, entre uma miríade de campos de estudo.

REFERÊNCIAS

BOUCHARD, K. L. Anonymity as a Double-Edge Sword: Reflecting on the Implications of *Online Qualitative Research* in Studying Sensitive Topics. *The Qualitative Report*, Fort Lauderdale, v. 21, n. 1, p. 57-66, 2016.

BOYDELL, N.;FERGIE, G., MCDAID, L.;HILTON., S. Avoiding Pitfalls and Realising Opportunities: Reflecting on Issues of Sampling and Recruitment for *Online Focus Groups*,*International Journal of Qualitative Methods*, Alberta, v. 14, n. 1, p. 206-223,2014.

GRAFFIGNA, G.,BOSIO, A. C. The influence of setting on findings produced in qualitative health research: A comparison between face-to-face and *online* discussion groups about HIV/AIDS. *International Journal of Qualitative Methods*, Alberta, v. 5, n. 3, p. 55–76, 2016.

HAMILTON, R. J.; BOWERS, B. J. Internet recruitment and e-mail interviews in qualitative studies. *Qualitative Health Research*, v. 16, n. 6, p. 821-35, 2006.

LIJADI, A. A.; VAN SCHALKWYK, G. J. Online Facebook focus group research of hard-to-reach participants. *International Journal of Qualitative Methods*, v. 14, n. 5, p. 1609406915621383, 2015.

MANN, C.;STEWART, F. *Internet communication in qualitative research: A handbook for researching online*. London: Sage, 2000.

MARTINS, G. A.;THEÓPHILO, C. R. *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*: 2. ed. São Paulo:Editora Atlas, 2009.

NORTHEY, G. et al. Increasing student engagement using asynchronous learning. *Journal of Marketing Education*, v. 37, n. 3, p. 171-180, 2015.

ORINGDERFF, J. My way: Piloting an *online* focus group. *International Journal of Qualitative Methods*, Alberta, v. 3, n. 3, p. 69–75, 2004.

RATISLAVOVÁ, K.; RATISLAV, J. Asynchronous email interview as a qualitative research method in the humanities. *Human Affairs*, v. 24, n. 4, p. 452-460, 2014.

STEWART, D. W.; SHAMDASANI, P. Online focus groups. *Journal of Advertising*, v. 46, n. 1, p. 48-60, 2017.

STEWART, K.;WILLIAMS, M. Researching *online* populations: The use of *online* focus groups for social research. *Qualitative Research*, v. 5, n. 4, p. 395–416, 2005.

TATES, K.;ZWAANSWIJK, M.;OTTEN, R.; van DULMEN, S.;HOOPERBRUGGE, P.;KAMPS, W.; BENSING, J. M. *Online* focus groups as a tool to collect data in hard-to-include populations: Examples from paediatric oncology. *BMC Medical Research Methodology*, v. 9, n. 15, p. 1-8, 2009.

WILLIAMS, S.;CLAUSEN, M. G.;ROBERTSON, A.;PEACOCK, S.;McPHERSON, K. Methodological Reflections on the Use of Asynchronous *Online* Focus Groups in Health Research. *International Journal of Qualitative Methods*, Alberta, v. 11, n. 4, p. 368-381, 2012.