

Tutto (o quasi) quello che avreste voluto sapere sulla gestione di un focus group e non avete mai osato chiedere...

A) Preparare la stanza

Il luogo in cui si svolge il focus è molto importante: più questo sarà informale ed accogliente più rapidamente i partecipanti si scioglieranno e la discussione partirà in modo spontaneo. L'ideale sarebbe un posto con luci calde e non troppo violente, con sedie comode e un arredamento tipo "salotto". Questa condizione non si realizzerà praticamente mai (a me è capitato una sola volta nell'ambito di un'indagine pre-elettorale per la quale era stata presa in affitto la saletta privata di un albergo a cinque stelle); possiamo però fare il possibile per rendere l'ambiente il più accogliente possibile: ad esempio, se le condizioni lo permettono, scegliendo il tipo di illuminazione. Quello che però è davvero essenziale è la disposizione delle sedie che deve più o meno essere circolare e deve evitare di mettere il facilitatore in una posizione differenziata rispetto ai partecipanti.

Molti dicono che è bene evitare sedie disposte intorno ad un tavolo, poiché questo si porrebbe come ostacolo allo sviluppo spontaneo delle relazioni fra i partecipanti. Io non sono molto d'accordo: anzi, ho sempre avuto l'impressione che il tavolo sia un elemento rassicurante per i partecipanti che si sentono meno "messi a nudo" di quando ci sono solo sedie in circolo.

Se c'è un tavolo, può essere utile preparare dei fogli di carta ripiegata dove successivamente si scriveranno i nomi dei partecipanti; se il tavolo non c'è, dovrete portare con voi una cartellina rigida a fogli mobili su cui appuntarvi nome e posizione del partecipante nel cerchio.

Molto utile a rompere il ghiaccio e a creare un clima informale potrà essere la predisposizione, in un angolo della stanza, di un tavolino con bibite e salatini: offrire da bere e smangiucchiare qualcosa darà modo ai primi arrivati di non stare con le mani in mano e a voi di creare un clima conviviale.

B) Arrivo e accoglienza

Vi dovrete comportare in tutto e per tutto da "padroni di casa": via via che arrivano i partecipanti dovrete presentarvi e farvi dire il nome dal partecipante. Se avete anche fatto le telefonate di invito è utile ricordare al partecipante la

telefonata intercorsa (“sì, ha parlato con me l’altra sera, ricorda...”), se lo ha fatto uno dei collaboratori presenti sarà loro compito “ricostruire la relazione” facendo riferimento ai precedenti colloqui telefonici.

Se già sapete qualcosa dei partecipanti, da bravi padroni di casa, impegnatevi nell’attesa a far fare conoscenza ai vari ospiti (“sig. Luigi, conosce già il sig. Giorgio? Lui è il presidente dell’associazione collezionisti di ortensie...”). Questa attività è molto più importante di quanto non si pensi: innanzitutto perché renderà i partecipanti più disinvolti al momento di cominciare la discussione e poi perché servirà a voi a raccogliere preziose informazioni che torneranno molto utili nella gestione della discussione. Far riferimento a qualcosa che avete sentito dire dai partecipanti in questa fase, è un ottimo modo per sbloccare i partecipanti più riservati o comunque per introdurre un argomento in modo più naturale. Infatti, il focus riuscirà tanto meglio quanto più assomiglierà ad una discussione spontanea.

C) Inizio del focus

Cominciare presentandosi nuovamente e illustrando scopi e obiettivi dell’indagine. Sottolineare l’importanza e l’utilità della presenza dei partecipanti e ringraziarli per essere intervenuti.

Se il focus sarà su questioni personali (ad es. sull’esperienza della maternità, o sul proprio vissuto di migrante ecc.) secondo me è opportuno dire ai partecipanti qualcosa di voi: loro si mettono a nudo ed è giusto che sappiano qualcosa della vita personale anche di chi gli sta davanti. Oltretutto qualche informazione personale contribuisce a dare all’incontro un’impronta informale. Anche i collaboratori eventualmente presenti dovranno fare altrettanto.

Dopo che vi siete presentati voi, chiedete anche ai partecipanti di presentarsi.

Concluso il giro di presentazioni, prima di cominciare con la discussione vera e propria è opportuno dare due o tre regole: chiedere esplicitamente di non interrompersi a vicenda, di non parlare contemporaneamente e di rispettare le opinioni di tutti anche se non si è d’accordo.

E’ arrivato dunque il momento di porre la prima domanda.

Visto che difficilmente davanti ad una domanda posta in generale ci sarà subito qualcuno pronto a rispondere, dovrete stimolare un partecipante in particolare a farsi coraggio. Se avete ben osservato i partecipanti nell’attesa, saprete già da chi cominciare: dovrete scegliere qualcuno che nell’osservazione preliminare è emerso come abbastanza estroverso, ma va assolutamente evitato il classico “super-protagonista”.

Dopo che il primo ha rotto il ghiaccio possono capitare tre cose:

- 1) un altro partecipante interviene spontaneamente rispondendo a quanto detto dal primo. Siete state super fortunate! Il focus praticamente è partito. Potete passare direttamente al punto D).
- 2) un altro partecipante interviene rispondendo alla domanda posta all'inizio ma senza fare riferimento (o solo marginalmente) a quanto detto dal primo partecipante.
- 3) Silenzio imbarazzato.

Se vi trovate nelle condizioni dei punti 2 e 3 (molto probabile visto che coprono circa il 90% delle situazioni di FG), il vostro arduo compito sarà tessere la rete che crea il gruppo, in questa fase anche a scapito dei contenuti.

Questa fase è la più delicata in assoluto; è quella che dà senso al focus: il FG infatti è uno strumento eccellente se riesce a sfruttare l'energia creativa del gruppo, se invece si limita ad essere la somma di opinioni individuali diventa un sistema mediocre per raccogliere informazioni superficiali.

Per questa ragione in questa fase è bene non curarsi troppo di ciò che viene detto in termini di contenuti mentre occorre concentrarsi sulla costruzione delle relazioni. ANCHE SE VIENE DETTO QUALCOSA DI IMPORTANTE O INTERESSANTE NON APPROFONDIRE CON ULTERIORI DOMANDE, casomai appuntarsi la cosa e riprenderla successivamente.

Se dopo il primo intervento c'è qualcun altro che risponde alla domanda iniziale, sottolineare la relazione o il conflitto tra le due posizioni in modo da mettere i partecipanti nell'ottica dell'ascolto reciproco e non stimolarli a concentrarsi solo sull'espressione del proprio punto di vista. Ad es. "ecco quindi anche Francesco pensa che..." oppure "l'esperienza di Luigi è completamente diversa..."

Se invece dopo il primo intervento nessuno parla, spingere ad esprimersi qualcuno che vi sembra possa avere qualcosa da dire ma magari per timidezza non lo fa, oppure qualcuno che nella fase di "accoglienza" vi può aver dato elementi di "aggancio" a quanto detto dal primo partecipante. L'importante è che la sollecitazione ad intervenire avvenga recuperando quanto appena detto e NON PONENDO NUOVAMENTE LA DOMANDA INIZIALE. Ad es. "e lei sig. Rossi, è d'accordo con questo punto di vista?" oppure "mi sembra che il sig. Verdi sia un po' scettico..." oppure "su questo aspetto la sig.ra Bianchi avrà sicuramente qualcosa da dire..."

Nel sollecitare interventi e risposte bisogna:

- EVITARE i "giri di tavolo": creano ansia ("oddio tra due persone tocca a me...") e incoraggiano lo stabilirsi di una relazione tra il partecipante e il facilitatore piuttosto che le relazioni fra i partecipanti.
- Cercare di far interagire le persone SPAZIALMENTE LONTANE: questo eviterà in un secondo momento che si creino piccoli sottogruppi di persone vicine.

- Cercare di far interagire persone con caratteristiche diverse (donne/uomini, giovani/vecchi ecc.) per evitare che si creino sottogruppi di altro tipo.

D) Gestione della discussione

In poco tempo nel gruppo si stabiliranno dinamiche ben precise: potranno emergere uno o più leader, simpatie e antipatie, guastatori e ascoltatori... Quello che è importante è non permettere ai partecipanti di irrigidirsi troppo nei ruoli che in qualche modo si sono scelti, dedicando a ciascuno un trattamento speciale. Il partecipante che interviene in continuazione, se in una prima fase può essere incoraggiato per far partire la discussione, successivamente dovrà essere contenuto o in modo esplicito "un momento Giulio, ora mi piacerebbe sentire l'opinione di qualcun altro" o implicito ad es. fingendo di non vedere che Giulio sta vistosamente chiedendo la parola per l'ennesima volta. Il partecipante più riservato invece dovrà essere rispettato nella sua timidezza nella prima fase (niente zavorra di più l'avvio di un focus di un partecipante che interviene forzato arrossendo e balbettando); mentre quando la discussione sarà un po' più sciolta sarà opportuno stimolare e incoraggiare anche chi fino a quel momento non è intervenuto.

Pur senza dare MAI giudizi sul merito delle opinioni, può essere utile incoraggiare dicendo "ecco questo è un aspetto che non avevamo considerato..." oppure "questo elemento mi sembra molto importante...".

Da usare invece con estrema cautela il riassunto di quanto appena detto: riassumendo si rischia di interpretare le posizioni filtrandole attraverso il nostro punto di vista, di banalizzare la discussione e di focalizzare l'attenzione sui temi che sono cari a NOI piuttosto che ai partecipanti.

COSA NON FARE:

- Dare giudizi;
- Intervenire nella discussione con proprie opinioni;
- Trasformare il focus in una serie di interviste individuali;
- Lasciare che qualcuno svalorizzi lo strumento o l'indagine: bisogna trasmettere ai partecipanti l'idea che stanno dedicando il proprio tempo a qualcosa di importante e di serio, altrimenti il risultato ne sarà irrimediabilmente compromesso;
- Lasciare che i partecipanti si interrompano in modo maleducato, esprimano giudizi offensivi e irrispettosi, usino come arma il sarcasmo.

COSA FARE:

- Assicurarsi che tutti riescano ad esprimere la propria opinione;
- Prestare attenzione a tutti i segnali non verbali che provengono dai partecipanti;
- Contenere i più estroversi e sostenere gli introversi.

COME GESTIRE LA TRACCIA?

Se per un'intervista in profondità è difficile seguire l'ordine degli argomenti e porre le domande "come da programma" per un FG è quasi impossibile. Per questa ragione è meglio articolare la traccia per temi più che per domande e darle una forma grafica molto leggibile anche a "colpo d'occhio" che consenta di saltellare agevolmente da un argomento all'altro.

E) Conclusioni

Alla conclusione del focus è utile, oltre che ringraziare i partecipanti, dare loro un qualche tipo di riscontro per far capire che le informazioni che ci hanno dato sono effettivamente utili e saranno ben utilizzate.

Infine sarebbe cosa molto carina e opportuna prevedere un concreto ringraziamento con dei piccoli omaggi. Normalmente nei focus groups commerciali si regalano dei buoni benzina. Io trovo più carino regalare dei buoni libro. Il regalino finale è comunque molto indicato nei focus che si svolgono esclusivamente nell'ambito di attività di ricerca, mentre è assolutamente da evitare nei percorsi partecipativi poiché i partecipanti, in genere molto diffidenti nei confronti della pubblica amministrazione, tendono a sentirsi in qualche modo "comprati".