



PLANEJAMENTO DE PESQUISA QUALITATIVA

Grupo Focal : “Torcida Organizada Galoucura”¹

Alline FAUSTINO²
Ananda DÉsirÉE³
Amanda MAIA⁴
Camila CHIESA⁵
Camila FROES⁶
Fabrício Gabriel GOMES⁷
Fernanda MAIA⁸
Guilherme LISBOA⁹
Luana PIRES¹⁰
Marco Eliel SANTOS¹¹

Resumo

Este trabalho foi desenvolvido por meio da criação de um IPEX fictício, para a realização de um Planejamento de Pesquisa Qualitativa para a Torcida Organizada Galoucura. O intuito era identificar a importância, para os associados da Torcida Organizada Galoucura, dos projetos sociais desenvolvidos pela instituição.

Objetivou conhecer, ainda, a opinião dos torcedores quanto à imagem da torcida Galoucura e identificar se existe alguma dualidade entre a opinião dos entrevistados e a que a sociedade possui das ações desenvolvidas pela instituição. Além disso, pretendeu conhecer com quais ações e projetos os integrantes se identificam, assim como, como é estabelecida a comunicação na instituição e se há necessidade de um trabalho mais eficaz de assessoria de imprensa para a manutenção de uma imagem positiva.

Palavras-chave

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria DT03 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

² Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: allinefaustino@yahoo.com.br

³ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: anandadesiree@gmail.com

⁴ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: ama946@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: tcheiza@gmail.com

⁶ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: ca_froes@hotmail.com

⁷ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: gabriel_afraim@hotmail.com

⁸ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: fernandaribmaia@yahoo.com.br

⁹ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: guilelisboa@hotmail.com

¹⁰ Estudante do 8º. Semestre do curso Relações Públicas, email: luana_pljesus@yahoo.com.br

¹¹ Orientador do trabalho, email: marcoeliel@gmail.com



Torcida Organizada Galoucura; projetos sociais; comunicação

Introdução

O grupo de pesquisa Néctar – Essência em Pesquisa II escolheu pesquisar e analisar o Grêmio Cultural e Recreativo Torcida Organizada Galoucura, por acreditar que essa instituição possui um imagem negativa perante a sociedade, já que se difunde constantes ocorrências de violências envolvendo os integrantes da organização. Assim, visando conhecer o ambiente interno desse grupo social o IPEX Néctar tem a intenção de investigar a percepção que os integrantes da Torcida Organizada tem sobre a importância dos projetos sociais desenvolvidos pela instituição.

A instituição Galoucura surgiu em 1984 e possui hoje cerca de trinta mil torcedores associados e diversas sedes localizadas em cidades Mineiras, alguns estados brasileiros, além dos Estados Unidos e Japão. A ação social é à base de todas as filiais da Galoucura que trabalham com distribuição de alimentos, doações, apoio a creches e asilos, e ainda buscam trabalhar com projetos culturais, como a bateria da escola de samba Galoucura e a equipe de Jiu-Jítsu.

O Néctar, desejando conhecer melhor a opinião dos torcedores Atleticanos sobre a Torcida Organizada Galoucura e averiguar a relevância e extensão dos projetos sociais e culturais desenvolvidos pelo Grêmio na visão dos associados, realizou uma pesquisa qualitativa de grupo focal que irá possibilitar uma visão clara da real opinião dos torcedores associados.

O projeto além de esclarecer o objetivo proposto pelo grupo, também será relevante socialmente, pois contribuirá para uma melhor compreensão e entendimento em relação às Torcidas Organizadas, que sofrem com a imagem marginalizada retratada pela mídia à grande massa.

Planejamento de Pesquisa

Problema de pesquisa



“Definir o problema de pesquisa significa entender e explicar quais os problemas (...) que geram a necessidade de informação para a tomada de decisão. A definição do problema indica o propósito da pesquisa” (SÂMARA E BARROS, 2002)

Qual a percepção dos integrantes da Galoucura sobre a efetividade e importância dos projetos sociais desenvolvidos pela instituição?

Pressupostos

- ✓ Grande parte dos torcedores da Galoucura não possui conhecimento do desenvolvimento de projetos e ações sociais realizados pela torcida. E os que possuem não se interessam por essas atividades.
- ✓ As ações sociais acontecem, mas são realizadas apenas como uma resposta à crítica da mídia e opinião pública, não havendo um engajamento por parte dos torcedores e até organizadores.

Objetivo Geral

Investigar se os integrantes da Galoucura, consideram necessários e efetivos o desenvolvimento dos projetos e ações sociais, realizados pela torcida, para a manutenção de uma imagem positiva diante da sociedade

Objetivos Específicos

- ✓ Conhecer a opinião dos torcedores quanto à imagem da torcida Galoucura.
- ✓ Perceber o significado e extensão dos projetos e ações sociais desenvolvidas pela Galoucura.
- ✓ Aferir a credibilidade e confiabilidade dos torcedores aos projetos e ações sociais desenvolvidas.
- ✓ Apurar a necessidade de trabalhos de comunicação para divulgação das ações sociais realizadas.
- ✓ Verificar se há identificação e reconhecimento por parte da sociedade dos projetos e ações sociais desenvolvidos pela Galoucura.

Metodologia



Tipo de pesquisa

Com base no problema de pesquisa e nos objetivos propostos neste planejamento, desenvolveu-se pesquisa qualitativa exploratória com sete (7) associados da Torcida Organizada Galoucura. Essa técnica de pesquisa permite que o pesquisador perceba os aspectos subjetivos que emergem da fala de cada entrevistado.

O método utilizado para realização da pesquisa foi o **grupo focal**, que estabelece interações entre os participantes e permite que os facilitadores da entrevista entendam e compreendam as percepções e atitudes do grupo estudado. Ele foi realizado sob a coordenação de um mediador, com anotação de observadores e registro de áudio e vídeo.

O método utilizado foi **dirigido e não orientado**, com a utilização de perguntas que admitem várias respostas e que busca ser o mais imparciais possível.

O grupo foi **semi-estruturado**, permitindo ao entrevistado uma espontaneidade de raciocínio, pensamentos e experiências em conformidade com o foco da pesquisa. Desta forma, o entrevistador pode realizar perguntas adicionais para esclarecer e melhor compreender as questões.

A pesquisa teve característica **fenomenológica**, por proporcionar ao pesquisador um contato direto com o público de interesse, descrevendo detalhadamente e a sua própria maneira seu pensamento e comportamento frente ao produto analisado, concentrando-se mais no assunto e buscando respostas concretas e específicas.

O formato do grupo foi **tradicional**, onde a discussão é interativa e concentrada em um assunto específico, e contará com a participação de oito a doze pessoas.

A técnica foi de **escalonamento**, em que as perguntas começam com referência às características dos produtos e vão até as características ou benefícios dos usuários.

Este processo é muitas vezes chamado **penetração na rede de significados dos usuários** e visa descobrir níveis mais profundos de benefícios e barreiras.



A pesquisa foi realizada no Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH) – Sala 206 - Rua Diamantina, 463 – Lagoinha.

O roteiro de pesquisa foi composto por três blocos, sendo que o bloco 1 buscou identificar as expectativas e o perfil dos associados presentes; o segundo bloco visou entender os benefícios de ser um associado à Galoucura e avaliar a instituição e o terceiro bloco teve como objetivo identificar o Trabalho Social desenvolvido pela Galoucura e avaliar o torcedor como um agente social.

Análise da Pesquisa

No bloco 1, o grupo Néctar pretendia desvendar as expectativas e o perfil dos associados da Torcida Organizada Galoucura. Por esse motivo, os entrevistados demonstraram muita emoção e entusiasmo ao responderem as perguntas, além de uma inquietação, demonstrada pelo grande número de gesticulações, fricção das mãos e agitação das pernas. Inferimos que essa ansiedade se deu pelo fato de estarem em uma dinâmica ainda desconhecida pelo grupo e por serem convidados a resgatar emoções e lembranças relacionadas ao passado.

De acordo com o briefing realizado com o diretor Márcio, *“o maior diferencial da Galoucura é a expressão de amor pelo clube, que é o maior do Estado.”* Essa afirmação foi comprovada segundo a fala dos entrevistados Alencar (26 anos), Gerson (42 anos) e Fernando que, na pergunta dois, responderam de modo geral que a Galoucura é emoção e dá apoio incondicional ao time. Alencar diz: *“eu arrepiei com a torcida a primeira vez que vi.”* Já Gerson, acredita que: *“A torcida Organizada Galoucura, proporciona no estádio uma festa, uma emoção.”* Fernando completa ainda: *“(…) trazendo você pra cá, vivenciando a nossa cultura, o nosso dia a dia de apoio incondicional ao Clube Atlético Mineiro, você vai saber o que é a torcida organizada.”*

Questionados sobre qual é a primeira coisa que lhe vem à mente quando o assunto é torcida organizada, os entrevistados responderam que é o Clube Atlético Mineiro, *“Primeiramente vem a minha torcida o meu time de futebol Atlético Mineiro.”*



(Bernardo), e a própria Galoucura, *“A primeira coisa que vem na minha cabeça é a Galoucura que é a entidade no qual faço parte.”* (Fernando).

Os participantes afirmam que a torcida possui um ambiente familiar e que proporciona benefícios sociais para a vida das pessoas. Para exemplificar essa concepção, Fernando Tourino afirma: *“Eu te apresentaria o ambiente familiar onde você vai ser bem recebida, onde o ambiente é de respeito.”*

Os participantes conheceram a Galoucura através da família. Pâmela afirma que conheceu a torcida com seu pai: *“(...) eu tinha sete anos quando meu pai me levou pela primeira vez no estádio.”* Assim como Fernando Tourino: *“Meu avô gosta muito de futebol e ele começou a me levar ao estádio.”*, e Bernardo:

“Desde pequeno meu tio foi associado da Galoucura, isso por volta de noventa e cinco, e eu sou muito próximo do meu tio, muito próximo, em noventa e quatro eu comecei a ir no estádio com ele.”

Concluimos então, que fazer parte da Galoucura para os entrevistados está relacionado com amor ao clube e oferece um sentimento de felicidade e de importância para o bom desempenho do time: Clube Atlético Mineiro. *“Uma pessoa mais feliz.”* (Igor); *“Importante para o meu time.”* (Bernardo).

O bloco 2 foi estruturado para avaliar a instituição Grêmio Cultural e Recreativo Torcida Organizada Galoucura e quais são os benefícios que o torcedor adquire após se associar a instituição. Durante o desenvolvimento deste bloco os participantes ficaram inquietos, porém, sem exaltação. Entretanto, na sexta pergunta em que o assunto era violência nos estádios e a imagem divulgada pela mídia, percebeu-se um maior desconforto por parte não só do respondente, mas também dos outros participantes.

Os associados da Galoucura possuem como registro a carteirinha de associados, assim como dito no site da instituição. Essa informação pode ser confirmada na fala de Igor: *“Sim, todos nós temos a carteirinha e todos são registrados na Federação Mineira.”*

Outro ponto destacado é a questão da mensalidade. Segundo o diretor Márcio, é cobrada uma mensalidade dos associados para auxiliar na manutenção da instituição. Em



contrapartida os torcedores gozam de benefícios como: descontos para as caravanas, eventos, na compra de produtos e materiais do time, além de participar de projetos como a escola de samba e a equipe de Jiu-Jítsu. Porém, na pergunta sobre os benefícios de ser um associado os integrantes do grupo focal deram respostas subjetivas - (*“O maior benefício é a questão da amizade.”* - Fernando T.) - que nos levou a inferir que o maior benefício está ligado a um grupo que ajuda positivamente o seu time. Essa conclusão se dá a partir da fala de Bernardo: *“o maior benefício é associar o meu nome ao do time”*, ou da fala de Igor: *“Poder acompanhar o time de perto... O benefício é fazer parte de uma grande festa... Benefícios materiais a gente não tem.”*

Questionados sobre os meios de comunicação utilizados entre a diretoria da Galoucura e seus associados, eles destacaram o telefone, o email, o site, as redes sociais e ainda a comunicação *face to face*. Igor expõe: *“A comunicação direta é bem aberta. Tem uma reunião que é feita uma vez por mês e a comunicação acontece pelo site, o twitter, e-mail, telefone e é efetiva e consegue atingir a todos.”* Estes dados confirmam o que foi dito no briefing pelo diretor Márcio.

Ao avaliar o relacionamento entre os torcedores e a diretoria os entrevistados disseram que *“a relação é de respeito entre a diretoria. Cada componente tem que cumprir as regras.”* (Alencar) Além disso, Fernando Tourino afirma que há um vínculo de amizade e que *“A torcida é dividida por região. Cada região tem uma sub sede. O pessoal da zona sul tem amizade com o pessoal da zona sul. Mas quando junta, todo mundo é amigo, atleticano, é Galoucura.”* Isso ratifica o que foi dito na reunião de briefing pelo diretor.

Quando o assunto foi a relação da Galoucura com as outras torcidas, a fala dos integrantes deixou clara que há uma visão de torcidas aliadas e torcidas inimigas. Alencar explica: *“Existem as torcidas aliadas e as não tão amigos. Os amigos vêm com a gente. E a torcida inimiga, inimigas entre aspas, o pensamento é eles pra lá e a gente pra cá.”* E Fernando Tourino completa: *“Tem as torcidas que são amigas. E têm torcidas inimigas. Eu viajo pra São Paulo, a torcida do São Paulo é inimiga da Galoucura e tem que ter policiamento.”*



Contudo tanto o diretor, quanto os integrantes ressaltam que a intenção é que a Galoucura se torne um ambiente familiar. Entretanto, segundo os entrevistados, em todo grupo sempre existem os que vão para torcer e as exceções - uma minoria, para eles - que agem diferente do restante do grupo e que prejudica a imagem da torcida.

“Quem tá dentro da torcida tá ali para apoiar o atlético. Mas lá dentro tem gente que nasceu com tudo errado, sem família, sem comer direito, com dificuldades, pessoas excluídas em tudo porque a Galoucura não escolhe seus participantes. A sociedade tem essa imagem porque não conhece a fundo a Galoucura, ela tem opinião formada pelo que a mídia fala sobre a Galoucura. A Galoucura não é briga, é torcida. A maioria dos componentes não tem objetivo de brigar, e a minha opinião é que cada um torce pra torcida que quiser.” (Alencar)

Para Márcio o ponto fraco da instituição é a imagem de violência e vandalismo divulgada pela mídia à sociedade. Essa afirmação foi confirmada nas falas dos entrevistados que disseram que a mídia divulga aquilo que dá ibope, sendo que a população gosta de ver catástrofes e notícias sensacionalistas.

“A paz não vende jornal, não faz subir ibope. Todos já têm um preconceito que todo mundo é marginal, vagabundo. Para acompanhar uma torcida a gente tem que ter dinheiro porque tudo é investimento nosso. A maioria trabalha, muitos estudam.” (Igor).

Bernardo também demonstra sua indignação:

“A mídia não que mostrar coisa que não dá ibope, o que é interesse para a população é o que dá briga, confusão, desgraça. Exemplo disso foi a doação de sangue da Galoucura com a mancha verde, as torcidas se juntaram no Hemominas e a mídia não divulgou isso porque não traz ibope e eles preferem mostrar o que é de interesse da população que é briga.”

Fernando Tourino finaliza:

“A Galoucura tem problemas, mas toda torcida tem. Mas a gente que está envolvido sabe que muitas coisas boas acontecem e a gente fica muito chateado como as coisas são faladas. Claro que influência. Eu com seis anos de idade fui na torcida do Cruzeiro porque meu avô tinha sido influenciado que a torcida da Galoucura era perigosa.”

Nos objetivos específicos os integrantes do grupo Néctar pretendiam conhecer a opinião dos torcedores quanto a imagem da torcida Galoucura. Os integrantes vêem a instituição como a extensão de sua família. Além disso, percebe-se que eles se sentem importantes



por participarem de um grupo social que estimula o Atlético Mineiro e seus associados, tornando assim uma célula única dentro da sociedade.

“A Galoucura é uma família. Eu conheci o Igor na torcida e por causa da torcida eu trabalho com música e já foi uma ajuda imensa, eu entrei na torcida aprendi a tocar e hoje trabalho com isso.” (Bernardo)

A imagem negativa veiculada pela mídia atrapalha o Clube assim como a instituição Galoucura e seus associados que também sofrem preconceitos, inclusive familiar, como é o caso de Gerson (42 anos) *“Até eu sou recriminado por familiares que sabem que sou da torcida.”* Desta forma, inferimos que se faz necessário um resgate da imagem da instituição Galoucura perante a sociedade, através de ações de Assessoria de Imprensa mais efetivas na mídia

Já o bloco 3 teve como objetivo entender se as atividades sociais e culturais são uma das preocupações da Galoucura. Ao longo do ano, a torcida promove vários projetos e campanhas voltadas para o bem estar da sociedade. Com base nas respostas dadas pelos entrevistados sobre o que é solidariedade percebe-se que todos sabem e entendem o significado dessa palavra que é fundamental para o engajamento das pessoas e sucesso dos projetos realizados pela Galoucura. Igor, por exemplo, afirma que *“solidariedade é ajudar quem precisa”*, assim como Fernando, para ele, *“(...)doar atitude e ações para favorecer pessoas necessitada”*. Já Fernando Tourino acredita que *“é colocar o ser humano em primeiro lugar”*.

Quando convidados a se avaliarem como pessoas solidárias, os entrevistados reconhecem que poderiam fazer mais, mas todos se dizem solidários e dispostos a ajudar o próximo e a sociedade. Essa afirmação pode ser comprovada na fala de Fernando quando afirma *“posso fazer mais, mas sempre que posso ajudo”* e de Igor *“me considero solidário”*.

Apesar dos vários projetos sociais desenvolvidos há alguns anos pela torcida, muitas pessoas não os conhecem e muitos não conseguem associar a imagem da torcida a tais projetos. Os entrevistados foram indagados se já conheciam os projetos e se eles os influenciaram a fazer parte da Galoucura. Todos disseram que não conheciam e só passaram a conhecer depois que se tornaram associados: *“(...) divulgação desses*



projetos é mínima e pra ser sincero passei a ter conhecimento depois que comecei a conhecer o site da torcida”, diz Bernardo.

Ao analisar as respostas dos entrevistados é possível perceber que dois são os projetos de maior engajamento dos associados. O primeiro é a bateria da escola de samba da torcida, que para Igor é uma forma *“para mostrar cultura e endireitar o caminho dos jovens”*, o segundo são as campanhas de doação de sangue. Fernando afirma que *“Se seu parente precisar de sangue a gente pode mover. Lembrar que essa ajuda já é feita quatro vezes ao ano, mas se você precisa de ajuda na hora a gente vai mover para ajudar.”* Outra ação citada nos materiais secundários e no Briefing é a Campanha de Paz e Justiça, voltada para a não violência dentro e fora dos estádios, que conta com o apoio de outras torcidas organizadas, mas que não foi relatada na fala de nenhum dos associados.

Após análise do terceiro bloco concluímos que os associados não conheciam todos os projetos e ações desenvolvidos pela instituição e mesmo inseridos na Galoucura eles não têm conhecimento aprofundado de todos, dando destaque em suas falas somente para a doação de sangue, bateria e jiu-jítsu. Um dos objetivos específicos era verificar se há identificação e reconhecimento por parte da sociedade dos projetos e ações sociais desenvolvidos pela Galoucura, essa informação foi ratificada na opinião dos integrantes quando afirmam que a mídia só está interessada em evidenciar assuntos sensacionalistas.

Conclusão

O Instituto de Pesquisa Experimental Néctar desenvolveu uma pesquisa qualitativa para responder o problema de pesquisa traçado que se baseou em observar a percepção dos torcedores da Galoucura sobre ações e projetos sociais desenvolvidos pela torcida, com o objetivo geral de investigar o envolvimento e interesse dos torcedores da Galoucura sobre a importância e legitimidade dos projetos e ações sociais realizados pela torcida. Esse método foi escolhido, pois segundo Oliveira (1997, p. 116), *“(...) o método qualitativo não tem a pretensão de numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas.”*, assim ela nos proporcionou uma percepção mais próxima da realidade, por conter aspectos subjetivos que foram levantados e analisados durante o processo.



Durante a realização do planejamento de pesquisa, foram elaboradas duas hipóteses, são elas: grande parte dos torcedores da Galoucura não possui conhecimento do desenvolvimento de projetos e ações sociais realizados pela torcida; e os que possuem não se interessam por essas atividades e as ações sociais acontecem, mas são realizadas apenas como uma resposta à crítica da mídia e opinião pública, não havendo um engajamento por parte dos torcedores e até organizadores.

Outro ponto é que as ações não acontecem somente como uma resposta às informações negativas difundidas pela mídia, pois alguns entrevistados confirmaram a existência e o envolvimento com as ações sociais. Um deles (Pâmela) até ressaltou algumas vezes a importância dada à doação de sangue, o que mostra que a opinião e aceitação dos torcedores quanto aos projetos é positiva, bem como há credibilidade delegada por eles. Existe, contudo, a necessidade de ampliar a comunicação que divulga a responsabilidade social da Galoucura, gerando como consequência maior identificação e reconhecimento não apenas por parte da torcida como de toda a sociedade, conforme relacionado nos objetivos específicos da pesquisa.

Além disso, o grupo possuía como um de seus objetivos específicos conhecer a opinião dos torcedores quanto à imagem da torcida Galoucura. Neste caso, percebeu-se que os presentes afirmaram que há uma duplicidade da imagem que a mídia passa para a sociedade e a realidade. Isso pode ser apreendido pela intensa preocupação dos entrevistados em criticar o processo midiático que circunda às ações da torcida, o qual, segundo eles, prioriza informações pejorativas, não necessariamente negativas.

Durante a realização do grupo focal a moderadora teve que ser versátil para manter o foco nas ações sociais desenvolvidas, já que todas as falas dos presentes eram carregadas de referências a sua paixão pelo Time Clube Atlético Mineiro e pela instituição Galoucura. Sinalizando ao grupo, que a participação dos torcedores nos projetos sociais está ligada a elas advim(?) da instituição que não apenas são associados, mas também admiram e respeitam, pois a consideram, como citado várias vezes, uma família.



Assim, concluímos que a pesquisa pretendeu contribuir para que o grupo entendesse mais sobre esse complexo tema, suas particularidades e diversidades. Já que para Oliveira (1997. p. 118) a pesquisa qualitativa

“(...) tem por finalidade tentar conhecer e explicar os fenômenos que ocorrem nas suas mais diferentes manifestações e a maneira como se processam os seus aspectos estruturais e funcionais , a partir de uma série de interrogações:”



Referências bibliográficas

_____. Estatuto do Torcedor. Disponível em: <<http://www.cbf.com.br/media/1530/edt.pdf>>. Acesso em: 15 de março de 2011 às 13:45:48.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. 5ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. Tratado de Metodologia Científica: projetos de pesquisa, tcc, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.

SÂMARA, Beatriz Santos e BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing – Conceitos e Metodologias. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.

SITE DAS ORGANIZADAS BRASIL. Disponível em: <<http://www.organizadasbrasil.com/>>. Acesso em: 15 de março de 2011 às 16:25:12.

SITE DO GRÊMIO CULTURAL E RECREATIVO TORCIDA ORGANIZADA GALOUCURA. Disponível em: <<http://www.torcidagaloucura.com.br/index1.htm>>. Acesso em: 13 de março de 2011, às 12:08:13.