

## L'inarrestabile fortuna del focus group in Italia

### Premessa

In una futura “sociologia della valutazione”, branca della già consolidata sociologia della scienza, un capitolo a se stante come caso esemplificativo delle stranezze dello sviluppo del pensiero scientifico sarà dedicato al focus group e alle sue fortune italiane.

La bizzarria dell'improvvisa affermazione di questa tecnica è visibile chiaramente osservando come, a partire dalla pubblicazione del volume di Sabrina Corrao nel 2000, i testi su questa tecnica si siano moltiplicati e – parallelamente – i lavori valutativi (per restare nel settore che interessa i lettori di questa rivista) fondati principalmente su focus group sono aumentati in maniera vistosa.

Ciò non è accaduto per altre tecniche appartenenti alla famiglia di quelle basate su gruppi, e quindi “cugine” del focus group; per citare le più note: il brainstorming (coevo del focus) sem-

bra essere sostanzialmente un interesse mio e pochi altri, e salvo cose minori in Italia è apparso un solo testo (Bezzi e Baldini, 2006); N.G.T. e Delphi (entrambi di una quindicina di anni successivi) sono trattati – sporadicamente – rispettivamente da Bertin e colleghi (p.es. Bertin 1994) e da Ziglio (1996, unica sua pubblicazione in Italiano per quanto io sappia).

Non può essere quindi un fatto di “età”, o di “tipo” di tecniche, ma non è neppure una questione di uso, visto che tutte e quattro sono tecniche utilizzate in campi professionali (non solo valutazione), con l'unica differenza – che non può in sé essere causa dell'anomalia – che il focus, effettivamente, è l'unico inventato da ragguardevoli sociologi accademici, per poi essere da loro rapidamente abbandonato per entrare nel mondo della ricerca operativa, del marketing e della valutazione<sup>1</sup>.

L'apparizione quasi contemporanea di due nuovi titoli<sup>2</sup> ci deve spingere

1. Come documenta bene Corrao, 2000, 33-35, il focus è stato rapidamente abbandonato dal mondo accademico originario e ha resistito per diversi decenni solo nei mondi della ricerca di mercato e affini; per questo Corrao – nei suoi testi che stiamo per vedere – parla di *ri-scoperta* del focus nell'ambito della ricerca scientifica-sociale.

2. Ivana Acocella, *Il focus group: teoria e tecnica*, FrancoAngeli, Milano 2008, e Silvia Cataldi, *Come si analizzano i focus group*, FrancoAngeli, Milano 2009.

Rassegna italiana di valutazione, a. XIII, n. 43/44, 2009

verso una riflessione su questa tecnica, sul suo uso, le potenzialità (ma anche i limiti), sia per capire questo fenomeno editoriale sia per incominciare a tracciarne una mappa per il lettore.

Questa rassegna si soffermerà su tre principali questioni: i) *cosa* è stato scritto; in questo paragrafo (il prossimo) proporrò una carrellata dei principali testi disponibili in italiano presentandoli brevemente al lettore (concentrandomi particolarmente sugli ultimi usciti); ii) *come* è stato trattato l'argomento; vale a dire: la lettura comparata di questi testi consente di delineare un profilo del focus group? Ci sono testi raccomandabili per specifici scopi, o tipo di lettori? iii) *cosa impariamo*, alla fin fine, da questa piccola e crescente biblioteca sui focus? Cos'altro pensiamo che ci sia bisogno di sviluppare e su cosa sarebbe meglio mettere un punto definitivo?

## 1. Una rassegna della letteratura in italiano sui focus group

### 1.1. I titoli precedenti

Sono piuttosto contento di ricordare che uno dei primi testi italiani sul focus group (a mia conoscenza) è stato pubblicato nella *Rassegna Italiana di Valutazione*, numero 1, del 1996, da Livia Bovina<sup>3</sup>. Anche se all'epoca la *RIV* era semi sconosciuta l'articolo è abbastanza noto e citato dagli autori successivi.

Bovina, nel suo testo, delinea correttamente la storia del focus, il ventaglio dei possibili usi (e delle situazioni ove il focus non è adatto) e le procedure per la sua realizzazione; il tutto in modo sintetico e sommario quale si addice a quella che voleva essere una prima introduzione a questa tecnica, con i giusti riferimenti bibliografici minimi. Oggi in effetti l'articolo di Bovina ha solo un valore storiografico – alla luce della quantità di testi usciti successivamente – ma certamente si trattava di un'introduzione corretta.

Dopo alcuni anni di assoluto silenzio esplose il volume di Sabrina Corrao. "Esplose", perché le fortune di questo libro sono state molteplici e durano tuttora, e non posso che ulteriormente rammaricarmi per la prematura scomparsa di questa giovane e promettente ricercatrice che avviò il successo dei focus in Italia.

Il libro (*Il focus group*, FrancoAngeli, Milano 2000) fu preceduto da un articolo della stessa autrice l'anno prima ("Il focus group: una tecnica di rilevazione da ri-scoprire", *Sociologia e Ricerca Sociale*, a. XX, n. 60, 1999); non mi occuperò dell'articolo, chiaramente un'anticipazione del più importante libro dell'anno successivo, sul quale occorre invece dilungarsi un po'.

Corrao scrive bene e il suo libro si legge con facilità. Sorvolo sui capitoli iniziali, dove Corrao traccia una storia della tecnica e approfondisce questioni

3. Livia Bovina, "I focus group. Storia, applicabilità, tecnica", in *Rassegna Italiana di Valutazione*, a. I, n. 1, 1996, [www.valutazioneitaliana.it](http://www.valutazioneitaliana.it); il testo è stato pubblicato anche in Claudio Bezzi (a cura di), *Valutazione 1998*, Giada ed., Perugia, pp. 37-45. Il testo di Bovina era stato preceduto, l'anno prima, da Maddalena Colombo, "Il gruppo come strumento di ricerca sociale, dalla comunità al focus group", *Studi di Sociologia*, a. XXXV, n. 2, aprile-giugno 1997, pp. 205-218.

– diciamo così – definitorie, per collocare compiutamente il focus nella giusta casella che le pertiene nel supermarket delle tecniche (non dimentichiamo che questo – a parte Colombo e Bovina – è il primo ampio e completo testo italiano sul focus, e l’Autrice deve spiegare bene di cosa si tratti, specie in presenza, come lei stessa ricorda, della preesistenza del termine ‘focus group’ utilizzato in maniera equivoca o addirittura scorretta). Annotiamoci la definizione di Corrao, perché la troveremo utile più avanti; dice l’Autrice:

propongo di definire il focus group come una tecnica di rilevazione per la ricerca sociale, basata sulla discussione tra un piccolo gruppo di persone, alla presenza di uno o più moderatori, focalizzato su un argomento che si vuole indagare in profondità (Corrao, 2000, 25, corsivo nel testo).

A partire dal terzo capitolo Corrao entra nel vivo proponendo subito il dubbio se il focus sia una tecnica ancillare, capace solo di supportare determinati momenti della ricerca sociale in appoggio ad altre tecniche e a ulteriori successivi approfondimenti, o se sia capace di contribuire autonomamente allo sviluppo di una ricerca con risultati in sé compiuti e sufficienti. La questione – cruciale, che riproporrò ancora in questa rassegna – non viene risolta in maniera chiarissima da Corrao, che sembra favorevole all’idea di una possibile autonomia del focus (p. 43) in un contesto in cui parrebbe invece sottolineare la sua utilità in particolari fasi della ricerca, preliminari o conclusive (pp. 41-42) o in contesti di metodi misti (pp. 44-45).

Ma come si fa un focus group? Corrao spende molte pagine (pp. 45-74) per trattare punto per punto la que-

stione: come devono essere composti i gruppi, se la conduzione debba essere più o meno strutturata, quale ruolo debba avere il moderatore e se sia necessario un campionamento. Come noto a chi utilizza questa tecnica, non ci sono naturalmente regole rigidamente predefinite e Corrao, pur accennando a un modello “standard”, avverte immediatamente il lettore della quantità di differenze riscontrabili, riassunte anche in un’illuminante tabella a pag. 46 dalla quale si evince che il focus può essere composto da individui estranei l’un l’altro ovvero reciprocamente noti; socialmente e culturalmente omogenei oppure no; numerosi o pochi; autogestiti, semistrutturati o strutturati; con moderatore marginale o fortemente presente; e così via. Questa amplissima (troppo ampia?) eterogeneità chiarisce la definizione precedentemente riportata: il focus si riduce, a quanto sembra, a un gruppo di persone di qualunque genere che discute in qualunque forma per soddisfare un generico quesito cognitivo del ricercatore. Anche se riaffermo la stima verso l’Autrice e l’apprezzamento verso il suo testo (a mio avviso comunque il migliore di questa prima carrellata), questa parte è indubbiamente la più debole. Non basta dire “il tale Autore afferma che sono meglio i gruppi fatti così mentre il tal altro Autore dice che sono meglio fatti così” e via per decine di pagine, perché il lettore si disorienta; inoltre a Corrao manca un sufficiente riferimento alla letteratura non sociologica, non specifica dei Maestri americani sul focus (i soliti Morgan, Krueger, Steward e Shamdasani e compagnia), e non si inoltra per i sentieri della psicologia sociale e cognitivista che sui gruppi, loro dinamiche, fattori di successo e

insuccesso, hanno invero scritto moltissimo. Abbastanza chiaro e diligente il paragrafo sull'analisi delle informazioni emerse, anche se non molto operativo (un punto cruciale sul quale è dedicato uno dei due testi della prossima sezione di questa rassegna).

Nella parte finale del volume Corrao si sofferma sugli elementi di forza e debolezza del focus group, collegandosi a tutti quegli autori – la maggioranza – secondo i quali il gruppo sarebbe di per sé motore di pareri più interessanti e coinvolgenti, e quindi più profondi e utili per la ricerca, a fronte semmai di problemi residuali ed eminentemente organizzativi; la questione delle possibili dinamiche *negative* entro il gruppo è accennata dall'Autrice come problema che appartiene sostanzialmente al moderatore, che deve essere capace di contrastare tali dinamiche.

Nel complesso il volume di Corrao resta ancora un ottimo testo, tratta sufficientemente tutti i principali elementi teorici e pratici della tecnica, è indubbiamente ancora molto utile per chi voglia avvicinarsi ma trascura alcuni elementi importanti legati alla natura del gruppo in quanto tale, limiti e distorsioni causati dall'interazione in gruppo (che *non è, sempre e necessariamente, una cosa buona*) e quindi limiti nell'applicazione a diversi contesti di ricerca.

Diciamo che a partire da quell'Autrice ogni anno c'è stata una

proposta editoriale, piccola o grande, di testi sul focus; volumi, articoli su riviste, oltre a vari riferimenti in ulteriori manuali metodologici di cui non è il caso di dare menzione, e alcune esperienze specifiche anche interessanti, che tralascierò per ragioni di spazio. Qui ci occuperemo solo dei volumi e di alcuni articoli sulla RIV:

- Luisa Stagi, "Il focus group come tecnica di valutazione. Pregi, difetti e potenzialità", *Rassegna Italiana di Valutazione*, a. V, n. 20, ottobre-dicembre 2000, pp. 61-82 (non inganni l'anno di edizione della rivista, uscita in realtà nel 2001 dopo il testo di Corrao, ben conosciuto da Stagi)<sup>4</sup>;
- Luisa Stagi, "Strutturazione e democraticità", *Rassegna Italiana di Valutazione*, a. VI, n. 24, ottobre-dicembre 2001, pp. 67-88;
- Michael Bloor, Jane Frankland, Michelle Thomas e Kate Robson, *I focus group nella ricerca sociale*, Erikson, Trento 2002 (edizione originale 2001);
- Vanda Lucia Zammuner, *I focus group*, Il Mulino, Bologna 2003;
- Cinzia Albanesi, *I focus group*, Carocci, Roma 2004;
- Enzo Campelli e Chiara Brunelli (a cura di), "Una tecnica da ritrovare: i focus group", *Sociologia e Ricerca Sociale*, a. XXIII, nn. 76/77, 2005.

Il libro di Bloor e socie resta per me uno dei migliori, se non altro per la

4. Vorrei menzionare anche Luisa Stagi, "La relazione collettiva: i focus group e le tecniche di gruppo", in Mauro Palumbo ed Elisabetta Garbarino, *Strumenti e strategie della ricerca sociale. Dall'interrogazione alla relazione*, FrancoAngeli, Milano 2005 (seguito l'anno successivo da un'edizione ridotta del volume con una parziale riscrittura dei testi: Luisa Stagi, *Idem*, in Mauro Palumbo ed Elisabetta Garbarino, *Ricerca sociale: metodo e tecniche*, FrancoAngeli, Milano 2006, pp. 121-192). In questi volumi la Stagi ripropone sostanzialmente quanto già scritto sulla RIV.

chiara esplicitazione dei limiti del focus group e il suo utilizzo *limitato ad alcuni contesti e in sinergia con altre tecniche*, una questione fondamentale che riprenderò ancora, e per il rifiuto ad ampliare la portata del focus – per il solo fatto che concerne un gruppo in interazione – verso la validazione dei suoi risultati “in nome del ‘pubblico’” (p. 29). Per il resto il volume propone le varie tappe della procedura, dal reclutamento alla conduzione all’analisi dei risultati: quest’ultima parte è particolarmente interessante e migliore di quella di altri testi perché gli Autori si soffermano fra l’altro sulle modalità di trascrizione di carattere etnografico, l’indicizzazione, e altri “trucchi” raramente menzionati altrove. Com’è tipico della saggistica anglosassone gli autori evitano di appesantire il testo con eccessivi riferimenti bibliografici e digressioni e propongono una scrittura molto fluida.

Anche il libro di Zammuner ripercorre tutte le fasi del focus, ma con una prolissità che mi pare eccessiva: scrivere quasi 300 pagine per raccontare il focus group deve essere stato davvero impegnativo, e da lettore devo dire che la lettura non è facilitata, anche perché lo stile è marcatamente cattedratico, molto ricco di citazioni quanto poco orientato all’operatività. Ogni tanto nelle pieghe del testo si finiscono per ritrovare alcune ingenuità, quando non veri e propri errori concettuali, e la letteratura di marca sociologica (che all’epoca di uscita del volume iniziava a essere comunque significativa) è completamente ignorata: posso capire che Zammuner non conosca il testo di Bovina e quelli di Stagi, apparsi su una rivista (la *RIV*) indubbiamente lontana dai suoi interessi, ma non segnalare

Bloor e – specialmente – Corrao, mi pare lacuna grave.

Il libretto di Albanesi compare nella collana “Le Bussole” di Carocci che, com’è noto, presenta brevi introduzioni destinate a un largo pubblico. Come introduzione è indubbiamente diligente e nelle sue poco più di cento pagine dà un’idea corretta di cosa sia un focus; anche se in alcune parti è eccessivamente veloce (per esempio quella dell’analisi delle informazioni), pure Albanesi riesce a dare abbastanza indicazioni anche pratiche, e inserisce perfino un breve paragrafo sul software disponibile. Insomma: come introduzione funziona egregiamente e per certi aspetti appare quasi più utile di certi volumi apparentemente più quotati. Peccato alcune imprecisioni lessicali (metodologia per metodo, dati per informazioni, etc.).

Qualche parola anche sul numero di *Sociologia e Ricerca Sociale* curato nel 2005 da Campelli e Brunelli su “Una tecnica da ritrovare: i focus group” (un titolo che riecheggia quello di Corrao del 1999 su quella stessa rivista). Il volumone (330 pagine di fitta scrittura) rappresenta a mio avviso una occasione mancata, malgrado l’indubbia qualità di diversi singoli contributi, perché non ha alcuna sistematicità né organicità critica, presentandosi come assemblaggio piuttosto casuale.

In effetti Enzo Campelli, nella breve Premessa, sembra particolarmente sensibile ai limiti del focus, ma già Chiara Brunelli, nell’Introduzione, appare più cauta. Comunque, a parte il testo di Bezzi, tutti gli altri di questo corposo fascicolo presentano aspetti specifici del focus senza particolari accenti critici o comparazioni con altre tecniche. Il fascicolo non è un manuale

e il lettore deve avere già una competenza minima di base, ma indubbiamente completa e approfondisce anche elementi non sempre trattati nella letteratura già noti. Nello specifico:

Luisa Stagi parla del ruolo del moderatore (termine che preferisce a 'conduttore' o altri simili).

Michela Cortini discute il numero ideale di partecipanti a un focus.

Mardie Townsend e Mary Mahoney illustrano il focus group 'sequenziale', vale a dire una serie di almeno tre focus sullo stesso tema, con lo stesso gruppo e moderatore, al fine di consentire una maggiore familiarità fra i partecipanti, un pensiero più approfondito e via via più significativo e quindi un focus più efficace.

Alberto Trobia segnala la proficua coniugazione dell'analisi delle reti applicata ai focus, anche se il risultato riguarda solo il numero delle interazioni occorse, e non la qualità dei contenuti veicolati.

Di queste ultime si occupa Giampietro Gobo; dopo avere ricordato i principali metodi per l'analisi delle opinioni espresse (analisi del contenuto – essenzialmente quantitativa; analisi tematica – qualitativa; analisi della conversazione – di impronta goffmaniana), l'Autore segnala un'analisi semiotica; il testo riassume brevemente i principali principi dell'analisi semiotica, ne segnala opportunamente i limiti (l'approccio è sofisticato sul versante della 'scoperta', poco su quella della 'giustificazione') e illustra poi un caso concreto.

Francesca della Ratta-Rinaldi propone invece una più tradizionale analisi dei contenuti dei risultati del focus.

Seguono alcuni testi di una sezione del fascicolo in cui si presentano casi di

integrazione del focus con altre tecniche (generalmente questionari): Lilla Vicsek, Alessandra Decataldo, Cinzia Albanesi e altri, Linda Jones, propongono quattro differenti casi in cui i focus group hanno aiutato a chiarire ipotesi e approfondire temi in contesti multi-tecniche; questi ultimi sono comunque meglio discussi da Silvia Cataldi, che si sofferma brevemente a riflettere sulla cosiddetta triangolazione. Conclude questa sezione il già menzionato saggio critico di Bezzi.

Seguono varie illustrazioni di casi applicativi particolari: Sabina Rapari (uso dei focus con bambini); Chiara Brunelli (con anziani); Noemi Ehrenfeld Lenkiewicz (adolescenti incinta); Marco Tavanti (il diverso contesto culturale del Chiapas); Elizabeth B. Silva e David Wright (in una ricerca sull'esclusione sociale); Richard Holliman (comprensione di informazioni scientifiche); Maria Lucia Giovannini e altri (valutazione di progetti formativi); Giuseppe Moro e altri (valutazione dell'affido familiare); Giovanna Leone e Graziana Curigliano (il senso della storia personale). Questi casi hanno un interesse e una solidità metodologica assai variabile.

In generale il fascicolo costituisce un utile complemento alla manualistica corrente, con molti spunti, riflessioni ed esempi, anche se non centra l'obiettivo presentato nei saggi introduttivi dei curatori di presentare bilanci critici. In alcuni casi, anzi, una certa acritica povertà metodologica di esempi riportati, l'evidente ruolo ancillare del focus rispetto ad altre tecniche e una certa vaghezza dei risultati, se letti con occhio critico, maldispongono verso il focus group oltre le intenzioni degli Autori dei diversi saggi inclusi.

A essere sinceri insomma, dopo il libro di Corrao, ed escludendo Bloor (che – non scordiamolo – è una traduzione), sono state pubblicate molte cose, indubbiamente anche di un certo interesse, ma non fondamentali, non in grado di sostituire il precedente volume.

Ma oggi sono comparse due novità interessanti.

### 1.2. Le novità editoriali (in ordine cronologico)

Il libro di Ivana Acocella, *I focus group: teoria e tecnica*, FrancoAngeli, Milano 2008, esce nella prestigiosa collana “Metodologia delle scienze umane” diretta da Alberto Marradi, che prevede di affiancare agli autori alcuni autorevoli metodologi in qualità di malleadori e tutor (in questo caso lo stesso Marradi, Rita Bichi e Paolo Montesperelli). I volumi di questa collana dovrebbero proporsi come pilastri durevoli di un’ipotetica enciclopedia metodologica di alto livello, e approdarvi è indubbiamente un punto di arrivo ragguardevole.

Il testo di Acocella non tradisce le aspettative della collana e si pone autorevolmente come nuovo testo di riferimento su questo tema.

È superfluo ripercorrere l’intero volume che – come i precedenti – tocca tutti i punti fondamentali per capire e realizzare un focus group: natura e composizione del gruppo, reclutamento dei membri, tipo di conduzione, analisi dei risultati e così via. Basti dire che ciascuno di questi è trattato e discusso ampiamente e con completezza, con le caratteristiche salienti e positive (e poche leggermente più critiche) che sintetizzo per punti:

- rispetto ad alcuni dei testi già visti precedentemente l’Autrice è avvertita delle potenzialità e dei limiti del focus group; l’interazione fra individui è positiva, utile e auspicabile – sottolinea l’Autrice – in determinati casi ma meno in altri, e alcune note problematiche negative dei gruppi sono trattate con sufficiente spazio, anche se non con la profondità riscontrabile in testi specialistici redatti da psicologi sociali (ma la loro chiara indicazione, e i numerosi riferimenti bibliografici, sono da ritenere completi e sufficienti); l’Autrice evita sia l’enfasi acritica su “gruppo è bello”, sia le derive implicanti la partecipazione sociale, la democraticità fino all’*empowerment* che Acocella, mantenendo la barra sulla stella polare metodologica, ritiene implicitamente – a mio avviso giustamente – non pertinenti;
- il testo è rigorosissimo sul piano lessicale e concettuale, senza usi approssimativi di termini tecnici sempre accuratamente spiegati; per un testo in questa collana, naturalmente, non ci si poteva aspettare di meno, ma se anche altri autori si dedicassero con maggiore impegno a tale rigore ne guadagneremmo tutti;
- il rilevamento dell’informazione è trattato molto bene; ho trovato molto utile il suo cap. 3 dedicato alla figura dell’osservatore, capitolo che finisce col discutere il tema dell’adeguata registrazione delle informazioni, anche non verbali, ai fini della successiva analisi; manca invece un’adeguata discussione su come si organizza il materiale (verbale e non verbale) ai fini di una sintesi, salvo rinviare correttamente

alle diverse finalità cognitive che di volta in volta il focus assume;

- manca una discussione sull'uso delle tecnologie a supporto del focus group; anche se a me non entusiasmano particolarmente come soluzioni, l'uso del telefono e di Internet (già citati nel volume di Corrao) sono sostanzialmente ignorati da Acocella; parimenti non si accenna a software che abbondano e che potevano essere trattati, semmai criticamente;
- ottima l'esposizione a due livelli: in corpo più piccolo sono frequentemente riportati casi di studio che permettono dei riferimenti immediati alle varie fasi del focus trattate da Acocella; ciò consente una lettura in linea, ovvero una prima lettura del corpo principale dell'esposizione con successivi approfondimenti su casi empirici.

Il volume di Silvia Cataldi invece (*Come si analizzano i focus group*, FrancoAngeli, Milano 2009) compare in una nuova collana intitolata "Strumenti per le scienze umane" che intende proporre manuali operativi; diretta da Giovanni Di Franco la collana si avvale di un comitato editoriale dove ritroviamo, fra gli altri, Alberto Marradi.

Come appare evidente dal titolo, il volume intende colmare un vuoto su uno degli elementi più critici del focus group:

ci si può legittimamente domandare perché la letteratura specialistica abbia troppo spesso sottovalutato la questione relativa all'analisi delle informazioni raccolte e del tipo di asserzioni che possono derivarne. [...] solo una minima parte del dibattito metodologico sviluppato sulla tecnica dei

focus group è stata riservata ad una riflessione sistematica sull'analisi dei dati. Piuttosto, l'attenzione degli scienziati sociali si è soffermata sulle modalità di raccolta delle informazioni e sullo studio delle diverse opzioni di composizione, conduzione e moderazione del gruppo (Cataldi, 2009, 9-10).

Devo dire subito che il testo raggiunge i suoi obiettivi, pur senza sottrarsi a una spiegazione generale sui focus, in modo da rendere questo volume autonomo e non un'appendice specifica di altri testi.

Certo Cataldi non approfondisce, come Acocella, le complesse questioni definitorie, storiche ed epistemologiche di questa tecnica ma, in considerazione della collana *operativa* in cui esce, consente comunque di farsi un'idea generale delle principali problematiche per poi sviluppare in maniera considerevole l'elemento principale, l'analisi.

In analogia a quanto fatto per il precedente testo sintetizzo per punti:

- ben scritto e rigoroso, presenta una scrittura meno cattedratica, con minor ricorso ai continui riferimenti ad altri autori che – se sono apprezzabili e richiesti in ambiente accademico – possono finire col disturbare il lettore più operativo; anche Cataldi usa l'espedito dei due corpi di scrittura come Acocella;
- paragrafi a conclusione di ogni capitolo con apprezzabili minibiografie commentate;
- riferimenti ai risvolti psico-sociali dei gruppi, spesso trascurati altrove, con adeguati suggerimenti per meglio affrontarli; alcuni riferimenti puntuali – anche questi raramente letti altrove – sui comportamenti non verbali che dovrebbe assumere



il conduttore; riferimenti ai principali software per l'analisi, per la verità non trattati al punto da consentire al lettore di fare delle scelte in merito;

- ampia, articolata, puntuale e completa rassegna delle procedure di analisi dei risultati del focus group sotto svariati profili e relativi a diversi utilizzi, sempre corredati da esempi e schemi (e forse qualcuno di più non avrebbe disturbato);
- mancano riferimenti al focus telefonico o via Internet (ribadisco che io personalmente non ne sento particolarmente la mancanza, ma per ragioni di completezza qualcosa si poteva dire, proprio in ragione delle implicazioni per la registrazione e analisi).

Per concludere la mia impressione è che questi due volumi, *assieme*, completano e aggiornano la pubblicistica attuale in maniera molto buona: sono completi, sono maggiormente critici, tengono conto di uno spettro maggiore di discipline implicate nella comprensione del focus (non solo sociologia, né solo psicologia, ma entrambe queste con aperture anche all'antropologia e alla linguistica). Mi verrebbe da ribadire "assieme". Indubbiamente i due testi sono stati pensati in collane diverse e per pubblici differenti, ma il risultato è che onestamente non saprei consigliare verso l'uno o l'altro; leggete prima Acocella perché così comprendere meglio cosa sono i focus group, ma poi affrettatevi a leggere Cataldi per capire meglio cosa farne (dal punto di vista del trattamento).

Il mio entusiasmo, comunque, non è privo di riflessioni leggermente critiche, che riservo ai prossimi paragrafi.

## 2. Quale profilo di focus group emerge dalla letteratura

Cosa emerge da questi testi? Con una sintesi che il lettore mi dovrà perdonare segnalo:

- un fondamentale ottimismo rispetto ai gruppi in quanto tali (un po' tutti gli autori, sia pure con sfumature diverse);
- le informazioni tratte da gruppi in interazione (come il focus group) sono attendibili (Stagi 2000 e 2005);
- l'idea che i gruppi riproducano in maniera più o meno "naturale" le situazioni e le interazioni fra individui, consentendo di avvicinarsi più a informazioni valide, specie in contesti decisionali/valutativi (Stagi, 2000, 64; Stagi, 2001, 69; Stagi in Campelli e Brunelli, 2005, 18-19; Zammuner, 2003, 63; Albanesi, 2004, 8; più dubbiose Acocella, 2008, 152; 185 e *passim* e Cataldi, 2009, 9);
- i focus group sono particolarmente utili in casi di soggetti deboli, su argomenti intrusivi, in contesti difficili (Albanesi, 2004, 19; Brunelli in Campelli e Brunelli, 2005, 11-12; Zammuner, 2003, 65);
- producono più dati di ottima qualità rispetto ad altri metodi (Zammuner, 2003, 64)
- una equivalenza – operata in particolare da certi autori – fra co-produzione dell'informazione in seno al gruppo e democraticità dei processi messi in campo (Stagi, 2001, 70 e sgg.; Albanesi, 2004, 46-47; contro Bloor e altri, 2002, 136 e sgg.);
- sono utili di per sé e non solo in forma ancillare assieme ad altre tec-

niche o in fasi esplorative (Stagi, 2001; Acocella, 2008, 41-42; Cataldi, 2009, 62; in senso contrario, con sfumature diverse, Albanesi, 2004, 28 e sgg.<sup>5</sup>; Bezzi in Campelli e Brunelli, 2005, 191; Bloor e altri, 2002, 19-20 e *passim*; Zammuner, 2003, 9 e 46-49).

Potremmo non essere d'accordo con alcune di queste affermazioni, ma non è materia per questa rassegna.

Cosa capiamo fin qui? Che ci sono molti ottimisti e qualche pessimista che guasta la festa. Per i più il focus è valido, è attendibile, utilissimo nei casi di ricerca più spinosi e sviluppa la democrazia. Pochi, e a volte solo in note marginali, ammettono che il focus è ancillare di altre tecniche e limitato nell'uso. Il profilo "standard" del focus accennato da Corrao esiste come consenso ampio sull'utilità che trae origine sostanzialmente dalla natura del gruppo in sé, ma entro una nuvola di vaghezza senza soluzione; ricordate la precedente definizione del focus data da Corrao? Comparatela con la seguente di Zammuner (p. 13):

Il focus group è un metodo di ricerca che si basa su una discussione di gruppo, condotta da un moderatore o "facilitatore", che è focalizzata su un dato argomento allo scopo di raccogliere informazioni utili agli obiettivi di ricerca.

5. Questa è una mia forzatura del testo di Albanesi; l'Autrice non dice chiaramente che i focus sono "ancillari" ma precisa – nel cap. 2 – come siano utilizzabili nelle fasi iniziali di una ricerca come fasi esplorative e di pre test, nelle fasi intermedie per "ridefinire e precisare i dati raccolti preliminarmente con uno strumento quantitativo o per raccogliere dati aggiuntivi" (pp. 29-30) e nelle fasi conclusive per "discutere i risultati della ricerca" (p. 30), dal che desumo che ritenga – a mio avviso correttamente – che il focus group non regga, autonomamente, una ricerca sociale o valutativa. Abbiamo visto come Corrao non sia stata chiara su questo punto anche se Stagi 2001, con riferimento probabilmente a una comunicazione fra loro, afferma essere stato un errore una sua precedente interpretazione di Corrao (Stagi, 2000) che le attribuiva dubbi in merito all'autonomia del focus.

Sembra la fotocopia della precedente e come quella aiuta poco a trovare una connotazione chiara a questa tecnica; è un po' come dire che il questionario è una tecnica per raccogliere informazioni utili per la ricerca tramite la ripetizione di domande a molte persone, e che la costi benefici è una tecnica per raccogliere informazioni utili per la ricerca tramite la comparazione dei costi coi benefici; non andiamo molto avanti.

Per fortuna qualche *rara avis* esiste e il testo di Bloor e altri si mette di traverso con una onestà molto anglosassone per avvertirci, sin dalle prime pagine, sui limiti del focus group, sulla bizzarria di accostare questa tecnica a presunti slanci democratici, e così via. Bloor a parte, è nei testi più recenti di Acocella e Cataldi che ho trovato il respiro e l'apertura necessarie per una comprensione "laica" di questa tecnica (e il discorso vale ovviamente per *qualsunque* tecnica), una chiara articolazione delle procedure, un minimo di attenzione ai risvolti psico-sociali costantemente ignorati dai più ottimisti.

Ciò detto resto pieno di dubbi.

Per scrivere questa rassegna ho letto o riletto qualcosa come 1.400 pagine e dovrei avere le idee chiarissime sui focus group ed essere pronto a sostenere la loro causa, ma così non è. Le ragioni sono presto dette:

1. nessun autore ha saputo darmi definizioni meno vaghe di quelle già riportate di Corrao e Zammuner; non è ottuso amore per le definizioni, ma genuina ricerca di un “profilo metodologico” che me ne faccia individuare il valore intrinseco e la specifica utilità al di fuori di quel supporto ad altre tecniche, o di esplorazione iniziale, collaterale, aggiuntiva in disegni di ricerca complessi o incerti. È un’ottima funzione anche questa; sono assolutamente convinto che per fare bene un questionario posso avvicinarmi ai problemi con un focus group (questo è un esempio molto diffuso fra i testi richiamati in questa rassegna), in modo da centrare meglio la redazione delle varie domande, e questo è un nobile ruolo per loro; sono altresì felice di avere un ulteriore strumento per avvicinare gruppi particolari (anziani, bambini, *dropout*), e sono certo – per averlo più volte constatato di persona – che le tecniche basate su gruppi creano spesso un clima di fiducia e piacevolezza in chi vi partecipa ma, insomma, si tratta di due ore di discussione con un piccolo gruppo (vedi definizioni sopra riportate), e non mi capacito delle 1.400 pagine che ho lette e delle migliaia che non ho lette ma sono state stampate!
2. C’è da dire che quelle 1.400 pagine sono state scritte da accademici. Poiché metà dei miei amici lavora in Università preciso che non voglio fare loro alcun torto; come dice uno di costoro, fra i miei migliori amici e autorevole esponente dell’AIV, fare il professore è sempre meglio che lavorare! Ma ciò comporta che questa letteratura sia scritta da *e per*

l’Università; non importa chi comprenderà il volume, se uno studente o un professionista, il fatto è che – specie in Italia – se scrivi un libro devi mettere una quantità di note a piè di pagina, citare tutti i professori amici e buona parte di quelli meno amici, far vedere che hai studiato e che citi tutti, ma proprio tutti, gli autori pertinenti, che su ogni singolo concetto sai cavillare all’inverosimile spendendo pagine su pagine di precisazioni, riferimenti poco interessanti, digressioni disorientanti. Così è l’*Accademia italiana*. Voglio dire che se dovessi suggerire a un collega *professionista* ma alle prime armi un testo introduttivo per capire cos’è e come funziona un focus group gli direi, francamente, di leggersi il saggio di Albanesi del 2004 e buona notte; a un collega più evoluto dovrei suggerire invece un piccolo *collage* di testi di questo genere:

- per capire cos’è un focus group e quali problemi generali implica: il primo capitolo di Bloor e socie;
- per un’analisi delle varie problematiche dal reclutamento e composizione del gruppo: il cap. 4 di Acocella oppure il secondo di Bloor (dipende dal tipo di lettore, se più raffinato suggerirei Acocella, se più pragmatico Bloor);
- per l’indicazione dei diversi elementi della registrazione delle informazioni, non solo verbali: il cap. 3 di Acocella;
- per la conduzione del gruppo: il cap. 5 di Acocella;
- per l’analisi delle informazioni, poi, senza dubbio Cataldi, capp. 4 e 5 (il 6 è opzionale).

Tutto questo per dire che non c'è un solo testo sufficientemente chiaro nella scrittura, pragmatico negli esempi, poco ridondante nelle citazioni (salvo Bloor, che però è incompleto) tale da soddisfare i bisogni di un lettore che vuole capire in maniera semplice come funziona un focus, cosa deve fare per organizzarlo, a quali elementi deve prestare attenzione per evitare i principali errori. In Italia, purtroppo, libri così non li sappiamo scrivere (il problema non è dei focus, ovviamente, ma degli scrittori di libri scientifici che non sanno divulgare, o ritengono la divulgazione un esercizio poco nobile).

3. Ma c'è un'altra questione rilevante, appena toccata in alcuni dei testi sopra citati (in Cataldi, per esempio). Le cose nella realtà *non funzionano affatto come sono scritte in questi volumi*. I dotti esempi di cui sono ricchi alcuni volumi sono prevalentemente nati in contesti universitari, dove i futuri scrittori di libri sul focus group si sono sbizzarriti a provare, testare, verificare l'utilizzo dei focus con finalità didattiche, scientifiche generali, e comunque su problemi complessi, difficili, come l'esplorazione del rapporto delle droghe fra i giovani, l'atteggiamento verso l'eutanasia... problemi dove ben si colloca, probabilmente, il contesto dialogico del focus. È su questi molto particolari casi empirici che sono costruite le indicazioni di questi volumi e indiscutibilmente è giusto, nel senso di provare la tecnica nei casi più estremi e complessi, ma è futile perlomeno riguardo quel 90% di focus che sono concretamente fatti

ogni giorno, dove c'è spesso poco da ragionare sui gruppi, perché sono dati (quegli operatori del servizio, quei referenti di un dato problema sul territorio); c'è poco da ragionare sulle tracce perché si tratta di approfondire tematiche oggetto di un mandato; e così via. La stragrande maggioranza dei "focus group" assomiglia poco a quelli presentati in questi volumi, e occorrerebbe cercare di fare riflessioni che guardano il nocciolo del problema;

4. il nocciolo si chiama "gestione del gruppo"; nelle 1.400 pagine che ho letto c'è qualcosa, ma non molto; paradossalmente ho trovato qualcosa di pratico in Cataldi, che doveva occuparsi dell'analisi. "Gestione del gruppo" significa capacità empatica (difficile da spiegare a chi non ce l'ha), uso del linguaggio del corpo e molto dello sguardo, capacità di leadership specie nei casi difficili con un gruppo ostile, e così via. Per non risolvere il focus group in una chiacchierata generica e poco produttiva occorre avere le idee chiare su dove si vuole andare a parare e saper gestire il gruppo. Poi naturalmente ben vengano le molte articolazioni e precisazioni sui tipi di focus, i tipi di obiettivi cognitivi, le diverse approfondite operazioni per l'analisi e così via, ma il cuore del focus group è l'empatia e la gestione, e di questo si trova solo qualche traccia in alcuni di questi libri.

A questo punto provo a proporre un quadro riepilogativo dei principali temi la cui comprensione è indispensabile per conoscere e condurre un focus group, indicando quali autori se ne

sono occupati; il numero di asterischi indica la completezza e profondità espositiva specie da un punto di vista operativo, associata a capacità di sintesi e al netto di fugaci accenni; dichiaro subito che ci sono ovviamente componenti soggettive legate alla mia comprensione e gradimento del testo (sua leggibilità – a mio parere – e scorrevolezza, indicazioni pratiche facilmente individuabili e scarsa prolissità, etc.).

Mi pongo in una prospettiva *operativa*, e quindi non troverete, nella tabella riepilogativa, questioni anche importanti di carattere più teorico che – come ho già ricordato, sono trattate benissimo nel libro di Acocella e che erano in gran parte presenti anche in Corrao.

	Composizione gruppo e reclutamento	Set e setting <sup>6</sup>	Ruolo del conduttore e stile di conduzione <sup>7</sup>	Principali dinamiche di gruppo e come risolverle <sup>8</sup>	Analisi del materiale raccolto	Uso di tecnologie e software
Corrao <sup>9</sup>	**	**	*		*	* <sup>10</sup>
Bloor e altri	**	*** <sup>11</sup>			** <sup>12</sup>	**
Zammuner	* <sup>13</sup>	**	**	*	* <sup>14</sup>	
Albanesi <sup>15</sup>	**	***	**	* <sup>16</sup>		**
Acocella	***	***	**	*		
Cataldi	*	*	*	** <sup>17</sup>	***	

6. La preparazione, la sede, la disposizione delle persone, la traccia del focus e le sue fasi...

7. Tutte le problematiche relazionali, cosa dire e cosa no, come comportarsi in casi difficili, come gestire le diverse situazioni.

8. La chiara esposizione di come funziona un gruppo, quali diversi tipi di comportamenti può avere e perché, nonché quali conseguenze ci siano per il successo del focus.

9. La presenza di pochi asterischi non è in contraddizione col giudizio positivo dato precedentemente al libro di Corrao; l'Autrice si concentra su aspetti metodologici "alti", e scorre rapidamente le varie problematiche operative da me messe sotto osservazione in questa tabella.

10. Corrao scriveva nel 1999-2000, evidentemente lo sviluppo di Internet era agli inizi; si intrattiene però sul focus telefonico (pp. 36-39).

11. Interessanti gli esercizi di focalizzazione (pp. 66-74) e l'indicazione del debriefing finale (pp.83-86) non presenti negli altri testi.

12. È divertente osservare che le proposte di Bloor sono *differenti* da quelle contenute nel più ricco volume di Acocella: l'interessante approccio analitico-induttivo (ben spiegato), una certa "analisi logica" spiegata però velocemente e in maniera poco comprensibile, i gruppi feedback.

13. L'incipit di Zammuner è comico: "Può sembrare paradossale, ma il successo di una ricerca con il metodo del focus group dipende in grande misura dai partecipanti che vi prendono parte. La scelta dei partecipanti 'giusti' consente di ottenere i dati desiderati; viceversa, se il ricercatore recluta persone che non conoscono l'oggetto di indagine, o che non hanno molto da dirsi, la discussione di gruppo non consentirà di raccogliere le informazioni desiderate" (p. 109).

14. L'Autrice in realtà dedica ben 33 pagine al tema, ma si tratta di lunghe dissertazioni su questioni generali, ciascuna ricondotta ad aspetti più analitici, senza riuscire a giungere a elementi concreti, pratici, operativi, se non disseminandone alcuni in mezzo a una quantità di parole disorientanti. La prolissità è il problema fondamentale di Zammuner, che rende il suo testo sostanzialmente poco consigliato.

15. Albanesi ovviamente sconta il fatto di essere esplicitamente un'introduzione divulgativa.

16. In realtà è presente un capitolo, chiaramente compilativo di altri testi e poco utilizzabile.

17. Non moltissime informazioni, ma considerando che non era suo programma trattare tali dinamiche, e avendo dato più indicazioni lei di molti altri testi, merita due asterischi.

Una tabella di questo genere si può leggere anche in colonna, per riscontrare come gli aspetti di composizione del gruppo e di setting, vale a dire la parte organizzativa della raccolta dei dati, sia abbastanza trattata e non ponga problemi al lettore; la parte *finale* dell'analisi sia trattata assai meno, e solo da alcuni autori; la parte centrale, quella relativa alle due ore di focus group, sia accennata e solo parzialmente approfondita da alcuni autori.

È la chiusura della mia argomentazione: è *in quella fase* che si giocano le differenze fra un buon focus group e uno cattivo, ma è evidente che è difficile, molto difficile, raccontare come ci si deve atteggiare, come far scorrere lo sguardo sui presenti, come cogliere quella vibrazione ansiosa nella voce di un partecipante e l'atteggiamento di sfida nell'aggrottare della fronte di un altro.

### 3. Cosa abbiamo imparato e cosa ci aspettiamo

Ad essere onesti abbiamo imparato diverse cose. Innanzitutto c'è stata un'evoluzione positiva nei testi italiani, via via più attenti e articolati, fino ai due bei libri di Acocella e Cataldi, che continuo a raccomandare in coppia, perché autenticamente ben scritti.

Poi abbiamo imparato una volta di più che c'è uno scollamento fra mondo accademico che produce libri e mondo professionale che realizza focus. In un testo di qualche anno fa, apparso nel volume a cura di Campelli e Brunelli, ho scritto a chiare lettere quello che qui ora ripeterò: in Italia si producono centinaia di presunti focus che sono poco più che chiacchierate veloci, senza par-

ticolare preparazione e senza alcuna diligente registrazione e analisi. Questa constatazione riafferma la separazione fra due mondi (accademico e professionale); non so se preoccupa qualcuno o se compete qualcuno provvedere diversamente. Conosco poi diversi casi di focus group prodotti da accademici (rintracciabili in alcuni dei testi sopra segnalati) che sono migliori (giusto per non insistere sulle colpe dei poveri professionisti); vedo sempre più valutazioni basate interamente su focus group (nessuno mi convincerà che non sia un'assurdità). Insomma: una tecnica marginale, assolutamente sopravvalutata per ragioni organizzative ed economiche e ormai consacrata anche dall'Accademia, a mio avviso sta facendo più danni che altro.

Parlando di casa nostra devo dire, francamente, che in una elevata percentuale di situazioni i focus group sono semplicemente un veloce ed economico *escamotage* per raccogliere informazioni di scarsa profondità relative ai programmi valutati; il focus ha avuto da noi lo stesso destino delle interviste: a fronte di una tecnica realmente complessa sotto il profilo epistemologico e metodologico (si vedano gli ottimi testi scritti da Montesperelli nel 1997 e Bichi nel 2002 e 2007), i valutatori chiamano "interviste" le chiacchiere di mezz'ora con i dirigenti regionali preposti a dare loro qualche informazione; ritengo l'esempio assolutamente calzante: analoghe complessità, analoga disponibilità di libri esaurienti e analoga banalizzazione operativa. Ma per i focus group si è fatto un passo ulteriore: sono stati in qualche modo consacrati come tecnica "scientifica" (le virgolette esprimono ironia e perplessità sull'uso distorto di questo aggettivo), e il fatto che si

basino su un gruppo ha favorito equivoci sulla loro utilità e democraticità, specie fra quei professionisti e accademici di marca sociologica che non si sono preoccupati di approfondire le implicazioni psico-sociali e linguistiche dei gruppi e delle loro interazioni.

I valutatori nostrani (quella parte che non sta nell'Aventino delle tecniche economiche né sul Bric controfattuale) si sono gettati a capofitto sui focus group intesi nella maniera peggiore e più riduttiva; ma li chiamano "focus group", e quindi vanno bene.

A questo punto gli utilizzatori di focus group hanno due bei testi, aggiornati e completi. Che siano accademici o professionisti, ricercatori o valutatori, li leggano e capiscano cos'è un focus group e come deve essere realizzato e speriamo bene. Speriamo che il focus continui a essere realizzato, ma in maniera più seria e collocato in disegni di ricerca multi metodo, senza pretendere che fornisca soluzioni che non è in grado di perseguire.

Comunque: per qualche anno, per favore, basta libri sui focus group!