



RAM. Revista de Administração Mackenzie

ISSN: 1518-6776

revista.adm@mackenzie.com.br

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Brasil

COSTA DE MENDONÇA, JOSÉ RICARDO; LEAL CORREIA, MARIA AUXILIADORA
A ABORDAGEM DRAMATÚRGICA E OS MÉTODOS VISUAIS DE PESQUISA: A OBSERVAÇÃO DO
GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NAS INTERAÇÕES SOCIAIS

RAM. Revista de Administração Mackenzie, vol. 9, núm. 4, 2008, pp. 125-141

Universidade Presbiteriana Mackenzie

São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195416776007>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



A ABORDAGEM DRAMATÚRGICA E OS MÉTODOS VISUAIS DE PESQUISA: A OBSERVAÇÃO DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NAS INTERAÇÕES SOCIAIS

DRAMATURGICAL APPROACH AND VISUAL RESEARCH
METHODS: THE OBSERVATION OF IMPRESSION
MANAGEMENT ON SOCIAL INTERACTIONS

JOSÉ RICARDO COSTA DE MENDONÇA

Doutor em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em
Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGA/EA/UFRGS).

Professor Adjunto I da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Rua Salvador de Sá, 520, ap. 403, Rosarinho – Recife – PE – CEP 51042-300

E-mail: jrcm@ufpe.br

MARIA AUXILIADORA LEAL CORREIA

Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em
Administração da Universidade Federal de Pernambuco (PROPAD/UFPE).

Professora da Faculdade Integrada de Pernambuco (Facipe).

Rua Doutor Aniceto Ribeiro Varejão, 304, Torrões – Recife – PE – CEP 50761-080

E-mail: doraleal@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como objetivo principal discutir o método dramatúrgico aliado aos métodos visuais de coleta de dados para o estudo do gerenciamento de impressões. Para tanto, a experiência de um estudo de campo é descrita e discutida. Argumenta-se que, na observação de atores sociais (indivíduos ou organizações) gerenciando impressões, a obtenção de dados por meio de fotografias, filmes ou vídeos proporciona ao pesquisador poderoso registro das ações em tempo real. A abordagem da pesquisa foi qualitativa tanto para a coleta quanto para a análise dos dados. Apesar de os métodos visuais poderem consistir tanto de imagens estáticas (fotografias) quanto de imagens em movimento (filmes e vídeos), com o propósito de interferir o mínimo possível na realidade observada, optou-se pela produção apenas de fotos dos ambientes físicos, sem a presença de membros da organização estudada. Para a realização das fotos, foi utilizada uma câmera digital. O número de imagens produzidas chegou a 95 fotografias. Acredita-se que este trabalho conseguiu demonstrar algumas possibilidades metodológicas para a área de organizações ao abordar os métodos visuais de pesquisa, pois, apesar de bastante difundidos na antropologia visual e na sociologia visual, os métodos visuais apenas recentemente têm sido adotados nos estudos organizacionais.

PALAVRAS-CHAVE

Método dramatúrgico; Métodos visuais; Gerenciamento de impressões; Pesquisa qualitativa; Ambiente físico.

126

ABSTRACT

This article aims to discuss the dramaturgical approach ally to visual methods of collecting data for the study of impression management. A field study is described and discussed. It is argued that in the observation of social actors (individuals or organizations) managing impressions, the acquisition of data by photogra-

phs, films or videos, offers to researcher a powerful record of actions. The research approach was qualitative, both for the gathering and analysis of data. Despite the visual methods may consist of both still images (photographs), the moving images (film and video), to interfere as little as possible in reality observed, opted for the production of only photos of physical environments, without the presence of organizational. To carry out the photos, a digital camera was used. The number of images produced reached 95 photos. It is argued that this work demonstrate some methodological possibilities for organization area by addressing methods of visual search, because despite rather spreaded in visual anthropology and sociology visual, visual methods have only recently been adopted in organizational studies.

KEYWORDS

Dramaturgical method; Visual methods; Impression management; Qualitative research; Physical environment.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo discute a investigação das interações sociais por meio do método dramatúrgico aliado aos métodos visuais de coleta de dados para o estudo do gerenciamento de impressões (GI). Pretende-se demonstrar, por meio da descrição e discussão da experiência de um estudo de campo¹, que, na observação de atores sociais (indivíduos ou organizações) gerenciando impressões, a obtenção de dados por meio de fotografias, filmes ou vídeos proporciona ao pesquisador imagens para repetidas análises e um poderoso registro das ações em tempo real.

Segundo Rosenfeld, Giacalone e Riordan (2002), o gerenciamento de impressões corresponde aos processos por meio dos quais as pessoas em situações sociais buscam administrar o ambiente, o seu modo de vestir e até os seus gestos, com o propósito de corresponder às expectativas de seus observadores e às imagens que elas estão tentando criar ou manter. Ao comparar os indivíduos a atores que gerenciam impressões, faz-se uso da metáfora teatral (ou dramatúrgica), na qual existe todo um espectro de ações e eventos carregados de simbolis-

¹ Os estudos de campo podem ser caracterizados como uma técnica de pesquisa qualitativa, na qual se busca abranger e analisar as situações da vida cotidiana, ou seja, as interações sociais “reais” e “autênticas”, e não situações “provocadas” e estudadas em laboratório, em outras palavras, observar as pessoas em seus ambientes naturais (MARC; PICARD, [1992?]).

mo (GOFFMAN, 1959). O sociólogo canadense Erving Goffman² fez uso intenso dessa abordagem, ao analisar as interações na vida cotidiana, tomando como ponto de partida o interacionismo simbólico (MORGAN; SMIRCICH, 1980; MCCORMICK, 2007). A perspectiva dramatúrgica “fornece uma base interpretativa na qual atores agem sós ou em conjunto, a partir de roteiros ou de forma improvisada, construindo e sustentando realidades” (WEXLER, 1983, p. 247).

De acordo com Mangham e Overington (1983), a dramaturgia é uma técnica metodológica que auxilia as teorias sociais a entender a conduta e as interações humanas de uma forma bastante peculiar. Os pesquisadores que utilizam essa abordagem interessam-se por aspectos relacionados, sobretudo, à linguagem verbal e não-verbal (MANGHAM; OVERINGTON, 1983).

Para o estudo do gerenciamento de impressões, existem diversas metodologias de pesquisa possíveis, desde aquelas de cunho mais quantitativo até as de orientação qualitativa (ROSENFIELD; GIACALONE; RIORDAN, 2002). Ao assumir o interacionismo simbólico e a perspectiva dramatúrgica como fundamentos teóricos, Goffman (1959) adotou como método de coleta a observação do tipo não-participante (ou distanciada³), numa orientação claramente qualitativa. Essa metodologia possui como características fundamentais a “observação de muitas e variadas interações, a procura de padrões e o resumo dos padrões em uma narrativa” (ROSENFIELD; GIACALONE; RIORDAN, 2002, p. 201). A observação desempenha papel fundamental na pesquisa qualitativa, pois permite que as interações sejam analisadas a fundo e no seu contexto real (GODOY, 1995b). Esse método de coleta de dados é caracterizado por dois tipos distintos: a observação participante e a não-participante (GODOY, 1995b). Na observação participante, o pesquisador “mantém distância dos eventos observados a fim de evitar influenciá-los” (FLICK, 2004, p. 148). Na observação não-participante, segundo Flick (2004), pode-se distinguir a observação direta, cujos dados são coletados diretamente no campo, por meio de diários de campo e protocolos de pesquisa, e a observação indireta (ou de segunda mão), na qual o pesquisador obtém os dados para análise por meio de fotografias, filmes ou vídeos.

Ao optar por realizar a coleta dos dados por intermédio de câmeras de vídeo ou fotográficas, o pesquisador terá à sua disposição imagens para repetidas análises, além de um poderoso registro das ações em tempo real (LOIZOS, 2002). Uma grande vantagem do vídeo é a possibilidade de análise por meio da triangu-

2 Goffman é considerado um expoente da análise dramatúrgica e um dos mais influentes interacionistas simbólicos (BRYM et al., 2006; MCCORMICK, 2007).

3 Segundo Brym et al. (2006, p. 44), “a observação é distanciada uma vez que o pesquisador não interfere ou participa das atividades do grupo estudado”.

lação de pesquisadores que não estejam presentes ao evento filmado, pois a diversidade de ações humanas é de complexa compreensão para um único observador (LOIZOS, 2002). Segundo Loizos (2002, p. 149), “não existem limites óbvios para a amplitude de ações e narrações humanas que possam ser registradas empregando conjuntamente imagem e som em um filme de vídeo”. Em última análise, independentemente do método observacional, os dados coletados terão que ser transcritos em forma de protocolos de observação, descrição das interações ou declarações verbais dos atores (FLICK, 2004).

Neste trabalho, por meio da descrição de uma experiência de pesquisa sobre o uso de processos de gerenciamento de impressões como um meio de poder e de influência social pelos gestores de uma organização, busca-se ilustrar o uso de métodos visuais de coleta de dados (em especial as fotografias) sob a ótica dramatúrgica, para o estudo do comportamento organizacional.

2 DRAMATURGIA E O ESTUDO DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

Ao se discutir a análise dramatúrgica, é relevante destacar as contribuições de Kenneth Burke. A perspectiva de análise das interações humanas desenvolvida por Burke é o dramatismo. O dramatismo é um método para examinar e analisar a ação social e as explicações das pessoas das ações sociais. Conforme Burke, o conceito de motivo (razão pela qual as pessoas agem como agem) é fundamental no dramatismo, e assim seria possível descobrir os motivos dos atores observando suas motivações em tipos específicos de ação e discurso. Existem cinco termos-chave no dramatismo: o ato, a cena, o agente, os meios e o propósito (MANGHAM; OVERINGTON, 1987; WOOD JR., 2000).

Conforme Wood Jr. (2000, p. 6), a análise da interação humana conduzida por Erving Goffman tem sido comparada àquela conduzida por Kenneth Burke, entretanto, ainda segundo o autor, existem diferenças entre as duas abordagens:

A diferença fundamental é que Goffman enfatiza a arte da ilusão. O ator é um ilusionista profissional, a dramaturgia é a arte da ilusão, o palco é uma metáfora e realidade e palco são coisas distintas. Nas obras de Goffman, a imagem é a imagem do ator. Burke, por outro lado, não usa o drama como metáfora para a ação humana. Para ele, o drama é inerente à ação humana. Nas obras de Burke, a imagem é a imagem da interação, do drama.

Vale salientar que, apesar do interesse de Erving Goffman na dissimulação nas interações sociais, por meio de comportamentos intencionalmente planeja-

dos para a manipulação da percepção e para a alteração de pensamentos e de sentimentos de outros, ver a própria abordagem dramatúrgica, como restrita à obra de Goffman e ao fenômeno da dissimulação e da ilusão, é desconsiderar o enorme corpo de estudos desenvolvidos desde a década de 1950 em diversas áreas do conhecimento, tais como sociologia, psicologia social e estudos organizacionais.

Com base no que foi exposto anteriormente, optou-se por fundamentar a construção deste artigo na abordagem dramatúrgica de Goffman e em trabalhos que adotaram a sua perspectiva dramática.

Goffman (1959) apresentou um modelo dramatúrgico para relatar as interações sociais e como os indivíduos, nessas interações, se apresentam e buscam gerenciar as impressões formadas por outros. O interesse central de Goffman (1959) era o que o autor denominou de a *arte de gerenciar impressões*. O autor via o processo de gerenciamento de impressões como uma forma de comunicação e de interação social. No seu modelo dramatúrgico, três elementos da apresentação teatral são essenciais: o *palco*, o *ator* e a *platéia* (ou audiência). Para McCormick (2007), os elementos básicos da análise dramatúrgica incluem a *performance*, os bastidores, as equipes, a audiência e os contra-regras. McCormick (2007), ao adotar a perspectiva dramatúrgica de Goffman para entender o processo de mudança organizacional, introduz o conceito de contra-regra⁴ que, segundo o autor, ajuda a comunicar a *performance* à audiência. No teatro, contra-regra é o funcionário que executa as mudanças de cenários, ajusta a iluminação e executa outras tarefas requeridas em uma produção teatral. Nas organizações, os contra-regras mediam a *performance* organizacional e as audiências. De acordo com McCormick (2007), freqüentemente se contratam contra-regras, tais como empresas ou profissionais de relações públicas e agências de publicidade, para apresentar imagens idealizadas às suas audiências.

A ênfase neste trabalho recai sobre os ambientes físicos onde ocorrem as interações sociais, ou seja, os palcos (ambientes físicos). É no palco que ocorrem a encenação e as *performances*⁵, enquanto nos bastidores se passa toda a ação relacionada à *performance*, mas que é incompatível com a aparência, a impressão, promovida pela encenação⁶.

No que se refere às formas de estudo do gerenciamento de impressões, Rosenfeld, Giacalone e Riordan (1995, 2002) apresentam como técnicas para a

4 Do original em inglês *stagehand*.

5 Uma *performance* é “toda a atividade de um determinado participante, em uma dada ocasião, que serve para influenciar, de algum modo, quaisquer dos outros participantes” (GOFFMAN, 1959, p. 15).

6 Sob uma acepção mais ampla, o termo significa o conjunto dos meios de interpretação cênica, ou seja, o cenário, a iluminação, a música e a atuação. Em uma concepção menos ampla, encenação designa a atividade que consiste no arranjo dos diferentes elementos da interpretação de uma obra dramática, em um determinado tempo e espaço de atuação (PAVIS, 1999).

pesquisa os estudos observacionais, os experimentos, os estudos de campo, os estudos longitudinais, o estudo de cenários e as medidas de diferença individuais. Para Rosenfeld, Giacalone e Riordan (1995, 2002), os estudos observacionais envolvem assistir a muitas e variadas interações, com o propósito de identificar padrões, e, então, sumarizar os padrões encontrados em uma narrativa. Para Adler e Adler (1994, p. 383), “a observação é bem adaptada à perspectiva dramatúrgica porque ela permite aos pesquisadores capturar uma gama dos atos, de pequenos movimentos a grandes gestos, de pessoas em todas as instâncias da vida”. Hunt e Benford (1997) ressaltam as vantagens da metodologia dramatúrgica ao afirmarem que, enquanto outras metodologias normalmente acreditam na honestidade dos atores sociais, a perspectiva teatral é mais cética em relação a isso. Nas palavras de Hunt e Benford (1997, p. 117):

O método dramatúrgico também esclarece problemas comuns no trabalho das ciências sociais, implica dizer que os pesquisadores devem ser aconselhados a prestar atenção particular aos detalhes do gerenciamento de impressões tanto quanto aos problemas de obtenção de recursos, audiências e coisas do gênero.

Para McCormick (2007), a abordagem dramatúrgica provê um quadro mais claro de algumas situações organizacionais do que métodos mais tradicionais de análise. Ainda segundo o autor, a dramaturgia permite examinar os padrões mais irracionais de comportamento organizacional, ao contrário da maioria dos métodos tradicionais, os quais são baseados em suposições de racionalidade. A força da dramaturgia como abordagem metodológica fundamenta-se em sua proximidade com a experiência de comportamentos e motivações cotidianos, como também na sua capacidade de proporcionar a compreensão de fenômenos a pessoas que não são os cientistas sociais (MCCORMICK, 2007).

Ao analisar um problema de pesquisa sob o enfoque dramatúrgico, o pesquisador precisa ver o ser humano como um ator em um palco, assumindo diversos papéis no drama da vida real (WEXLER, 1983; HUNT; BENFORD, 1997). O estudo do GI, de acordo com Ornstein (1989), tem se focado principalmente em comportamentos verbais em detrimento da exploração de comportamentos não-verbais, tais como aqueles exibidos pelo ambiente físico. Segundo Chaney e Lyden (1996), o *design* do edifício e o *layout* dos espaços transmitem impressões. Assim, os autores afirmam que o planejamento das áreas públicas, tais como as áreas de recepção, transmitem impressões da organização. Essas impressões são transmitidas por presença de: símbolos de poder, tais como bandeiras e fotos de líderes organizacionais; símbolos afetivos, tais como plantas e trabalhos de arte; bem como símbolos de mérito, tais como troféus e certificados.

No estudo das organizações, ao adotar-se uma analogia com o teatro, podemos salientar três aspectos do ambiente físico que são usados para propósitos de gerenciamento de impressões: cenários, acessórios e iluminação. Os palcos, nos quais as pessoas atuam em suas vidas diárias, têm cenários como palcos teatrais (LEARY, 1996). Focar as impressões criadas pelo ambiente físico oferece um meio de aprender mais acerca de como os indivíduos vêm a formar impressões acerca do clima psicológico e da cultura de uma organização (ORNSTEIN, 1989). Conforme Schlenker (1980, p. 275), os “acessórios e cenários comunicam informações sobre os atores e podem ser usados, com ponderação, para acrescentar exatamente os toques certos às *performances*”. Ornstein (1989) destaca que o escritório é um dos palcos onde os trabalhadores estão e interagem com vários outros atores. Para Ornstein (1989), os escritórios individuais ou os espaços públicos (por exemplo, áreas de recepção nas organizações) podem ser pensados em termos teatrais. Ao discutirem o gerenciamento de impressões e o ambiente do escritório, Chaney e Lyden (1996, p. 3) apontam que:

A localização e o tamanho do escritório transmitem a presença ou a ausência de poder e de *status*. Gerentes de maior nível hierárquico, por exemplo, tendem a ter seus escritórios localizados nos andares superiores dos edifícios da organização. [...] A localização dos gerentes intermediários em relação aos de maior nível hierárquico também deve ser considerada, pois a proximidade ou a distância pode oferecer maiores, ou menores, oportunidades de interação. [...] O tamanho do escritório também pode ser associado ao poder, [...] gerentes de maior escalão têm os maiores e melhores territórios, e estes territórios são mais bem protegidos do que os das pessoas de nível hierárquico inferior. Portas e secretárias são, freqüentemente, usadas como barreiras de acesso.

Pode-se observar na literatura especializada que o gerenciamento de impressões vem sendo associado à influência social desde o trabalho de Goffman (1959). Porém, pouca atenção ainda é dada à discussão das relações entre os construtos gerenciamento de impressões, poder e influência nos estudos organizacionais. Essa afirmação é corroborada por Rao, Schmidt e Murray (1995) que apontam que ainda existem deficiências na compreensão do papel do GI como um processo de poder e de influência social. Percebe-se que o estudo do papel do ambiente físico (palcos) no processo de GI é ainda mais escasso. Acredita-se que o uso de fotografias e filmes como técnica de coleta de dados pode favorecer o crescimento e a qualidade dos estudos na área. Assim, são apresentados, a seguir, os rumos metodológicos da pesquisa.

3 RUMOS METODOLÓGICOS - UM EXEMPLO DA APLICAÇÃO DE MÉTODOS VISUAIS E DA ABORDAGEM DRAMATÚRGICA PARA A PESQUISA DE GI

A abordagem adotada na pesquisa da qual este trabalho é fruto foi qualitativa, tanto para a coleta quanto para a análise dos dados. De acordo com Patton (2002, p. 39), adotar a pesquisa qualitativa é preservar ao máximo o estado natural do fenômeno de interesse, seja ele “um grupo, um evento, um programa, uma comunidade, um relacionamento ou uma interação”, procurando compreender que a ocorrência desse fenômeno desenrola-se naturalmente e, por isso, não pode ser controlado pelo pesquisador (GODOY, 1995a; PATTON, 2002). A corrente teórica adotada como orientação no estudo foi o interacionismo simbólico, na qual os indivíduos atribuem importância às coisas que os circundam, com base nos significados que têm para eles, contudo esses significados emergem da interação social e dependem de um processo interpretativo individual (GODOY, 1995a; PATTON, 2002; LINDLOF; TAYLOR, 2002; FLICK, 2004). Sob a perspectiva interacionista simbólica, segundo Morgan e Smircich (1980), os seres humanos são “atores sociais” que interpretam papéis e orientam seus comportamentos de maneira que façam sentido para eles, por meio da linguagem, dos rótulos e das rotinas para gerenciar as impressões. A abordagem qualitativa, interacionista e dramatúrgica procurou refletir a orientação epistemológica e metodológica dos estudos de Goffman.

Considerando a abordagem qualitativa adotada na pesquisa e o fenômeno estudado, além da intenção de resgatar a abordagem metodológica utilizada por Erving Goffman no estudo do GI, optou-se por utilizar como técnicas de coleta de dados o estudo de campo, a observação direta, a entrevista, a análise de documentos e a análise de artefatos culturais. Realizar a coleta de dados por meio de técnicas diversas permitiu a posterior triangulação dos dados obtidos. Neste artigo, foca-se a discussão nos métodos visuais para a coleta de dados relacionados ao ambiente físico (artefatos culturais). De acordo com Patton (2002), registros, documentos, artefatos e arquivos constituem uma rica fonte de informação sobre as organizações. Esses tipos de bases de dados qualitativos são chamados tradicionalmente, na antropologia, de material cultural (PATTON, 2002) ou de artefatos culturais (MERRIAM, 1998). Stake (2000) aponta as evidências materiais (ou evidências físicas) como uma fonte de dados para os estudos de caso. Corroborando a adequação das evidências físicas para a análise de aspectos dramatúrgicos como cenários, acessórios, figurinos etc., apresentam-se as palavras de Hodder (2000, p. 705), o qual considera que “um estudo adequado da interação social

[...] depende da incorporação de evidências materiais". Pelo exposto, podem-se considerar como artefatos físicos (ou culturais) diversos objetos, tais como móveis, aparelhos tecnológicos, ferramentas e instrumentos de trabalho, obras de arte, entre outras evidências físicas, os quais, defende-se, podem ser registrados de maneira mais adequada por meio de recursos visuais para coleta de dados (abordagem visual).

A abordagem visual é um enfoque metodológico na qual o pesquisador, ao estudar um fenômeno social, utiliza imagens como fonte de dados (COLLIER, 1973). É importante enfatizar que os métodos visuais podem utilizar tanto imagens estáticas (fotografias) quanto imagens em movimento (filmes e vídeos). Para interferir o mínimo possível nas interações, optou-se, como recurso para a coleta de dados sobre os artefatos culturais, pela produção apenas de fotos dos ambientes físicos, sem a presença dos membros da organização estudada. Para a realização das fotos, foi utilizada uma câmera digital. Outro aspecto importante que, acredita-se, deve ser levado em consideração, ao se discutir atualmente o uso dos métodos visuais, é o leque de possibilidades advindo da tecnologia digital, discussão que não será aprofundada no presente artigo. Ao ilustrarem as vantagens tecnológicas do uso das modernas câmeras digitais, Lindlof e Taylor (2002, p. 115) salientam que:

Máquinas fotográficas e câmeras de vídeo digitais têm maiores vantagens em relação às máquinas fotográficas que funcionam com filmes de emulsão. Máquinas fotográficas digitais são agora extremamente compactas e leves. Elas funcionam silenciosamente, fotografam em situações de baixa iluminação e não requerem processos caros.

O número de imagens produzidas chegou a 95 fotografias. Nas palavras de Collier (1973, p. 7), "as fotografias são registros preciosos da realidade material. Elas são também documentos que podem ser organizados em arquivo de consulta direta". Lindlof e Taylor (2002) salientam ainda que as imagens digitais apresentam uma vantagem adicional para a análise dos dados e suas aplicações, elas são facilmente carregadas em arquivos de computador, onde podem ser editadas, combinadas com outras mídias para colocação em *sites* na *web* e eletronicamente compartilhadas com pesquisadores.

O *locus* de investigação no estudo foi a sede da administração regional do Serviço Social do Comércio (Sesc) de Pernambuco, localizada na Rua 13 de Maio, nº 455, no bairro de Santo Amaro, na cidade do Recife. O principal critério para a escolha da organização estudada foi o acesso do pesquisador à organização, o que constituiu um fator decisivo na obtenção de dados e de informações. Na organização, foram observadas as interações de dois grupos específicos: o *grupo*

gestor, composto pelos diretores da organização e por um consultor externo; e o *fórum gerencial*, composto por diretores, gerentes das unidades, coordenadores, chefes de seção e pelo consultor externo. Além disso, foi realizada a observação das atividades cotidianas dos diretores. O estágio inicial do trabalho de campo teve início no dia 28 de fevereiro de 2003, em uma reunião com um dos diretores da organização. Considera-se que o trabalho de campo, propriamente dito, foi iniciado em 11 de março de 2003, quando o pesquisador participou pela primeira vez de uma reunião do grupo gestor e foi apresentado aos seus integrantes pelo diretor regional do Sesc/PE. O trabalho de campo foi finalizado em 7 de agosto de 2003, perfazendo cerca de quatro meses de pesquisa.

Mendonça e Dias (2006), ao discutirem o poder e a influência social, destacam a possibilidade de o(s) indivíduo(s) aumentar(em) a sua influência por meio da manipulação do cenário onde irão ocorrer as interações sociais. Dessa forma, o(s) indivíduo(s) – ou agente(s) influenciador(es) – pode(em) aumentar o seu poder.

Levando em conta que o modelo dramatúrgico apresentado por Goffman (1959) para o estudo das interações sociais e do gerenciamento de impressões destaca o palco como um dos elementos principais e acreditando que o registro fotográfico é uma técnica bastante adequada para a pesquisa desse aspecto organizacional, os ambientes físicos onde ocorrem as interações entre os atores principais do espetáculo (gestores) e suas audiências são destacados neste texto. Argumenta-se que, antes do início da ação⁷ dramática propriamente dita, deve-se conhecer o espaço cênico ou “o ambiente físico” onde ocorrerão as cenas. De acordo com Pavis (1999, p. 132), o espaço cênico é “o espaço real do palco onde evoluem os atores, quer se restrinjam ao espaço propriamente dito da área cênica, quer evoluam no meio do público”. A seguir, apresentam-se uma seleção de fotos produzidas na pesquisa e uma discussão breve sobre GI, ambiente físico e poder, com o propósito de ilustrar a adequação dos métodos visuais.

4 O ESPAÇO CÊNICO – O AMBIENTE FÍSICO COMO INDICADOR DE PODER

As observações (diretas e indiretas) realizadas na sede da administração regional do Sesc/PE tiveram o objetivo de compreender o contexto no qual as interações e os comportamentos de gerenciamento de impressões ocorriam, identificar estratégias e táticas de GI empreendidas e avaliar os aspectos dramatúrgicos

⁷ O termo “ação” é usado em teatro em pelo menos duas acepções diferentes. Em dramaturgia, significa a intenção motivadora do enredo ou da seqüência dos eventos. A segunda acepção do termo diz respeito justamente à atividade. Nesse sentido, fala-se de ação do personagem como sinônimo de comportamento físico e emocional, ou seja, o que o personagem “faz” com base no que ele “quer” e “sente” (PAVIS, 1999).

dos comportamentos observados. Para efeito deste artigo, os aspectos dramáticos dos ambientes físicos, espaço cênico, ganham papel de especial destaque.

Conforme Chaney e Lynden (1996), o projeto dos edifícios e o planejamento dos espaços públicos transmitem impressões sobre a organização. A sede do Sesc/PE sofreu a última grande reforma de seu espaço físico durante o período da intervenção pela diretoria nacional (DN) do Sesc. Tanto o ambiente externo quanto os ambientes internos foram reformados. Além disso, os *layouts* das salas e suas ambientações também foram alterados. O prédio ganhou um acabamento mais contemporâneo, um projeto paisagístico e uma sala para treinamento e eventos, a Sala Gilberto Freire.

Dispor de espaço especial para visitantes e de equipamentos especiais sugere a importância que o ocupante do escritório tem na organização (CHANAY; LYNDEN, 1996). Nas figuras 1 e 2, pode ser observado que a sala da presidência dispõe de inúmeros acessórios, ou seja, de aspectos móveis e temporários do ambiente físico (ORNSTEIN, 1989), que transmitem informações sobre o ocupante do espaço. Dentre os acessórios observados, podem-se destacar os objetos de arte, as plantas e os objetos de decoração.

A localização, o tamanho, a quantidade e a qualidade da mobília, e a presença de objetos de arte e de plantas na sala da presidência parecem transmitir informações sobre o poder, o *status* e a posição de destaque do ocupante da sala na hierarquia da organização. Chaney e Lynden (1996) salientam que os gestores de maior poder, *status* e nível hierárquico costumam dispor de escritórios maiores e localizados nos andares superiores. Além disso, a presença de uma secretária também sinaliza a idéia de poder.

FIGURA 1

VISÃO DA AMBIENTAÇÃO DA SALA DO PRESIDENTE DA FECOMÉRCIO NO SESC/PE.



136

FIGURA 2

MESA DE TRABALHO DO PRESIDENTE DA FECOMÉRCIO/PE NO SESC.



Segundo Ornstein (1989), determinados símbolos podem ser utilizados nos projetos dos escritórios para estabelecer e manter impressões sobre o poder e *status* de um indivíduo. Pode-se observar na Figura 2 que o presidente dispõe de uma cadeira de trabalho com o encosto maior do que as reservadas para os visitantes, além de estar posicionada na frente de uma parede que tem uma cor diferente das demais no escritório e que apresenta uma obra de arte. Tal configuração cria, de acordo com Chaney e Lynden (1996), um “efeito trono”, o qual acrescenta um senso de poder.

Muitos dos símbolos de *status* citados nas entrevistas com os diretores, coordenadores e chefes de seção podem ser identificados no espaço físico reservado para o presidente da Fecomércio de Pernambuco (ver figuras 1 e 2). Os diretores entrevistados apontaram, especificamente, o diferencial no espaço físico, o espaço individual e a disponibilidade de secretária como elementos associados ao poder do ator na organização. Outro símbolo de *status* citado pelos diretores é a disponibilidade de um carro com motorista para o presidente. Entre os símbolos de *status* citados por coordenadores e chefes de seção, observam-se os seguintes aspectos em relação à presidência do Sesc/PE: localização no último andar do prédio, sala ampla e confortável, sala individual e isolada, luxo e pompa do ambiente, mobília, equipamentos, secretária e carro.

No que se refere ao diretor regional do Sesc/PE, observa-se que sua mesa de trabalho (Figura 3) apresenta o formato em L, criando uma pequena unidade de trabalho. Apesar de o cargo de diretor regional representar o maior nível hierárquico na estrutura do Sesc/PE, abaixo apenas do presidente da Fecomércio e do conselho regional, a sala e a mesa de trabalho desse diretor não apresentam a mesma sofisticação observada na presidência. O diretor regional dispõe de um microcomputador em sua área de trabalho, mas não de uma impressora. Sua cadeira tem um encosto maior do que as reservadas para visitantes e, ao que parece, apresenta as mesmas características da cadeira utilizada pelo presidente.

A sala não apresenta muitos objetos de decoração ou símbolos de poder e de *status*, bem como não se observa uma significativa personalização do espaço, ou seja, a exibição de objetos pessoais, tais como fotos, certificados etc. Até o momento da realização das fotos, não existia nenhum objeto de arte nas paredes da sala do diretor regional (Figura 4). Posteriormente, foi afixado pela assessoria de comunicação um quadro com o mapa de Pernambuco, onde se destaca a localização das unidades do Sesc no Estado.

A diretora de ações sociais dispõe, em sua sala, de uma mesa de trabalho no formato de L, na qual estão disponíveis um microcomputador e uma impressora a laser. Podem-se observar sobre a mesa (Figura 5) tanto artefatos culturais da organização (como o *display* com a Missão, a Visão e o Desafio do Sesc/PE) quanto objetos pessoais, como fotos e pequenas peças de decoração. Observa-se que o encosto da cadeira da diretora é mais alto do que os encostos das demais cadeiras existentes na sala. O modelo e a cor das cadeiras são diferentes das existentes na presidência e na diretoria regional.

FIGURA 3

MESA DE TRABALHO
DO DIRETOR REGIONAL
DO SESC/PE.



FIGURA 4

VISÃO DA AMBIENTAÇÃO
DA SALA DO DIRETOR
REGIONAL DO SESC/PE.



Como pode ser visto na Figura 5, um quadro, que retrata uma visão da cidade de Olinda, de autoria de uma artista local, está afixado em uma parede de cor diferenciada. O mapa de Pernambuco com a localização das unidades do Sesc no Estado também está afixado na parede verde. Ao lado da mesa de trabalho, encontra-se um armário alto em que estão expostos diversos objetos, como fotos, premiações recebidas, lembranças de eventos promovidos pela organização, entre outros (Figura 6). Os objetos de arte exibidos na sala parecem constituir o que Chaney e Lynden (1996) definem como símbolos afetivos. As premiações e os demais objetos observados na Figura 6 representam, acredita-se, símbolos de mérito.

FIGURA 5

MESA DE TRABALHO
E MESA DE REUNIÕES DA
DIRETORA DA DIRETORIA
DE AÇÕES SOCIAIS.



FIGURA 6

ARTEFATOS CULTURAIS
EXPOSTOS NA SALA DA
DIRETORA DA DIRETORIA
DE AÇÕES SOCIAIS.



O espaço cênico destinado ao presidente e aos diretores do Sesc/PE (figuras de 1 a 6) parece ser estar coerente com a percepção dos entrevistados no que se refere a indicativos de poder, especificamente quanto ao indicador de símbolos de *status*. Ao que parece, elementos do ambiente físico possuem um significado e um valor simbólico muito associados à concepção de poder entre os membros da organização entrevistados.

5 CONCLUSÕES

Acredita-se que o objetivo deste artigo foi atingido, ao demonstrar, por meio da descrição e da discussão de uma experiência de pesquisa, que a investigação das interações sociais por meio do método dramatúrgico aliado aos métodos visuais de coleta de dados caracteriza-se como um método de pesquisa pertinente e com resultados válidos.

Os resultados obtidos com o estudo de campo ratificaram a escolha da perspectiva dramatúrgica e dos métodos visuais para a observação, descrição e análise dos comportamentos dos diretores e do ambiente físico da organização pesquisada, representando, no entendimento dos autores deste artigo, a opção mais adequada para compreensão do fenômeno estudado. Vale salientar que, na análise do ambiente físico da organização, observou-se claramente que ele reflete a visão de poder apresentada, traduzindo para aspectos tangíveis a imagem que as pessoas têm sobre poder no Sesc/PE.

A opção metodológica de buscar resgatar as origens dos estudos sobre o gerenciamento de impressões, com o emprego de métodos de pesquisa e de descrição adotados por Erving Goffman, contribuiu para o que se acredita serem resultados, conclusões e *insights* relevantes sobre o tema. Observa-se que o trabalho de Erving Goffman tem uma significativa influência nos estudos sobre as interações sociais e, especificamente, sobre o gerenciamento de impressões. A perspectiva dramatúrgica adotada por Goffman (1959) tem sido explorada para explicar o processo de gerenciamento de impressões. Considera-se que este estudo oferece uma “visão panorâmica”, sob a ótica da metáfora dramatúrgica, do processo de gerenciamento de impressões como um meio de influência nas organizações.

Este trabalho conseguiu demonstrar algumas possibilidades metodológicas ao abordar os métodos visuais de pesquisa, pois, apesar de bastante difundidos na antropologia visual e na sociologia visual, esses métodos apenas recentemente têm sido adotados nos estudos organizacionais.

Apesar de acreditarem na contribuição deste trabalho, os autores apontam algumas limitações. Uma primeira limitação foi o foco nas imagens estáticas, fotografias, em detrimento da apresentação e discussão de outras formas de registro de imagens da vida cotidiana nas organizações, nomeadamente, o regis-

tro em vídeo. Loizos (2002, p. 149) destaca que “o vídeo tem uma função óbvia de registro de dados sempre que algum conjunto de ações humanas é complexo e difícil de ser descrito por um único observador, enquanto ele se desenrola”. Dada a complexidade dos fenômenos observados na realidade organizacional, acredita-se que a discussão do vídeo como ferramenta de pesquisa deve ser explorada em outros trabalhos.

Além de apontar como temas para trabalhos futuros a discussão sobre o vídeo como ferramenta de pesquisa e o impacto das novas tecnologias digitais para a produção, o arquivo e compartilhamento de imagens estáticas ou em movimento, destaca-se a necessidade de incluir, de forma mais incisiva nos debates e nas atividades de pesquisa, a dimensão ética associada aos métodos visuais de pesquisa em suas mais variadas formas.

REFERÊNCIAS

- ADLER, P. A.; ADLER, P. Observational techniques. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage, 1994.
- BRYM, R. et al. *Sociologia: sua bússola para um novo mundo*. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- CHANAY, L.; LYNDEN, J. Impression management: the office environment. *Supervision*, v. 57, n. 4, p. 3-5, abr. 1996.
- COLLIER, J. *Antropologia visual: a fotografia como método de pesquisa*. São Paulo: EPU, 1973.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *Handbook of qualitative research*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2000.
- FLICK, U. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995a.
- _____. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995b.
- GOFFMAN, E. *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor Books, 1959.
- HODDER, I. The interpretation of documents and material culture. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. *Handbook of qualitative research*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2000.
- HUNT, S. A.; BENFORD, R. D. Dramaturgy and methodology. In: MILLER, G.; DINGWALL, R. (Ed.). *Context and method in qualitative research*. London: Sage, 1997.
- JONES, E. E.; PITTMAN, T. S. Toward a generical theory of strategic self presentation. In: SULS, J. (Ed.). *Psychological perspectives on the self*. Hillsdale: Erlbaum, 1982.
- LEARY, M. R. *Self-presentation: impression management and interpersonal behavior*. Boulder: Westview Press, 1996.
- LINDLOF, T. R.; TAYLOR, B. C. *Qualitative communication research methods*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- LOIZOS, P. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

- MANGHAM, I. L.; OVERINGTON, M. A. Dramatism and the theatrical metaphor. In: MORGAN, G. (Ed.). *Beyond method: strategies for social research*. Thousand Oaks: Sage, 1983.
- _____. The drama of organizational life. *Organization Studies*, v. 26, n. 6, p. 941-958, 2005.
- MARC, E.; PICARD, D. A interação social. Porto: Rés, [1992?].
- McCORMICK, D. W. Dramaturgical analysis of organizational change and conflict. *Journal of Organizational Change Management*, v. 20, n. 5, p. 685-699, 2007.
- MENDONÇA, J. R.; DIAS, S. M. R. C. De French e Raven (1959) ao modelo poder/interação de influência interpessoal: uma discussão sobre poder e influência social. *Cadernos Ebape.BR*, v. 4, n. 4, dez. 2006.
- MERRIAM, S. B. *Qualitative research and case study applications in education*. 2. ed. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.
- MORGAN, G.; SMIRCICH, L. The case for qualitative research. *Academy of Management Review*, v. 5, n. 4, p. 492-500, 1980.
- ORNSTEIN, S. Impression management through office design. In: GIACALONE, R. A.; ROSENFELD, P. (Ed.). *Impression management in the organization*. Hillsdale: LEA, 1989.
- PATTON, M. Q. *Qualitative research & evaluation methods*. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- PAVIS, P. *Dicionário de teatro*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- RAO, A.; SCHMIDT, S. M.; MURRAY, L. H. Upward impression management: goals, influence strategies, and consequences. *Human Relations*, New York, v. 48, Feb. 1995.
- ROSENFIELD, P.; GIACALONE, R. A.; RIORDAN, C. A. *Impression management in organization: theory, measurement, practice*. New York: Routledge, 1995.
- _____. *Impression management: building and enhancing reputations at work*. London: Thomson Learning, 2002.
- SCHLENKER, B. R. *Impression management: the self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey: Brooks, Cole, 1980.
- STAKE, R. E. Case studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Ed.). *Handbook of qualitative research*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2000.
- WEXLER, M. N. Pragmatism, interactionism and dramatism: interpreting the symbol in organizations. In: PONDY, L. R. et al. (Ed.). *Organizational symbolism*. Greenwich: Jai Press Inc., 1983.
- WOOD JR., T. Metáforas espetaculares: do dramatismo teatral ao dramatismo cinematográfico. In: XXIV ENCONTRO DA ANPAD, 2000, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: Enanpad, set. 2000.

TRAMITAÇÃO

Recebido em 15/2/2008

Aprovado em 8/4/2008