

Artigos



FOTOETNOGRAFIA: A UNIÃO DA FOTOGRAFIA COM A ETNOGRAFIA NO DESCORTINAMENTO DOS NÃO-DITOS ORGANIZACIONAIS

Neusa Rolita Cavedon *

RESUMO

O artigo tem por objetivo discutir a utilização da fotoetnografia em pesquisas realizadas no âmbito administrativo/organizacional, evidenciando a interlocução da Antropologia Visual com a Administração. A fotografia é apresentada como recurso semiológico de conotação e de denotação, e são feitas considerações sobre o fazer antropológico. A seguir, é relatado um trabalho de pesquisa no âmbito da Antropologia elaborado com base na fotoetnografia. Tendo por base o antecedente, discute-se como vêm sendo conduzidos as pesquisas e debates sobre o uso da linguagem fotográfica no campo dos estudos organizacionais. Finalmente, propugna-se em prol do uso da fotoetnografia como forma de captar a afetividade subjacente ao universo organizacional.

ABSTRACT

The paper aims at discussing the use of photoethnography in managerial/organizational researches, putting under the spot the interactions between Visual Anthropology and Management. Photography is presented as a semiological resource of connotation and denotation, and some considerations are made about the ethnographic doings. Afterwards, the results of an anthropological research using photo ethnography are presented. As a consequence of the preceding, a discussion is made about the researches and debates concerning the use of the photographic language in organizational studies. Finally, it is proposed that, as it has sufficient punch, photo ethnography be used as a means to capture the affective aspects subjacent to the organizational universe.

* Prof^a EAUFRGS

INTRODUÇÃO

A Administração tem-se mostrado como uma ciência aberta às inovações, sejam elas endógenas ou exógenas à área. Todavia, em se tratando de metodologia, em especial na forma de apresentação dos relatórios de pesquisa, parece que a tendência recai para o conservadorismo. A maior ousadia configura-se nos títulos conferidos aos trabalhos, mas talvez isso sirva mais em termos de marketing das pesquisas do que na ruptura com a tradição.

As pesquisas sobre cultura organizacional, por exemplo, já incorporaram o aporte teórico e metodológico da Antropologia, porém, apesar de fazer uso do método etnográfico, o pesquisador na área de administração resiste em usar a primeira pessoa do singular, algo tão caro ao antropólogo/etnógrafo que costuma dizer que foi ao campo, ou seja, "lá esteve". Os administradores, por formação, privilegiam o uso do impessoal, relutam em desconstruir-se de modo a se colocarem no texto, assumindo uma postura do ético sem confundir-se com o êmico. Esse apego ao distanciamento sob a forma verbal revela a estética mais ortodoxa do fazer administrativo, e talvez, por isso, o administrador/pesquisador ainda não tenha se aventurado pelos caminhos da fotoetnografia, isto é, a utilização do método que alia o fazer etnográfico com a linguagem da fotografia. Há que se registrar, contudo, que os vídeos vêm sendo amplamente utilizados como recurso didático e as fotos, no máximo, como ilustrativas das narrativas apresentadas sob a forma de dissertações, teses, relatórios de pesquisas.

Vive-se na época em que o visual perpassa todos os domínios do fazer humano, contudo, a Administração continua usando as palavras para descrever e interpretar a realidade do mundo do trabalho. O uso da tecnologia computacional no ensino da Administração constitui-se em realidade; questiona-se a educação a distância e pesquisa-se sobre a sua aplicabilidade no campo da Administração, mas não se insere a fotografia ou o vídeo como uma nova linguagem em se tratando de pesquisas. A relevância de atentar-se para a fotografia dá-se na medida em que, segundo Moran (1994, p. 4): "A lógica visual se caracteriza mais pela conexão, pela junção de pedaços num todo, do que pela lógica da separação, da dissecação em partes. Existe a união entre mente e imagem, enquanto representação".

Nos próximos itens abordar-se-á, primeiramente, aspectos semiológicos da fotografia, características do método etnográfico, em seguida, o que vem a ser fotoetnografia. Após, apresentar-se-á a contribuição de autores sobre a utilização da fotografia nos estudos organizacionais, para finalmente concluir-se sobre a empregabilidade da fotoetnografia no âmbito das organizações.

A FOTOGRAFIA

Não se pode falar de fotografia sem fazer menção ao trabalho paradigmático de Roland Barthes. O referido autor lançou, em 1980, o livro "A Câmara Clara", publicado poucos dias antes de sua morte por atropelamento. Nessa obra, Barthes afirma que uma foto pode ser objeto de três intenções: "fazer, suportar, olhar" (1980, p. 20). Para ele, o fotógrafo é o "Operator", o observador das fotos seria o "Spectator" e quem se deixa fotografar ou o objeto fotografado seria o "Spectrum". A foto de acordo com Barthes pode despertar no "Spectator" o "studium" e/ou o "punctum". O primeiro é o despertar de um interesse vago, do tipo gosto/não gosto, já o segundo remete a um detalhe, é algo que punge.

Utilizando-se a fotografia é impossível negar que a coisa ou a pessoa esteve lá, dois aspectos se encontram, a realidade e o passado: "... o que vejo não é uma lembrança, uma imaginação, uma reconstituição ... mas o real no estado passado: a um só tempo o passado e o real" (Barthes, 1984, p.124). Assim, o noema da Fotografia será: "Isso-foi" (Barthes, 1984). Barthes (1990) afirma ser a fotografia um objeto que possui autonomia estrutural, não sendo apenas um produto ou caminho.

A fotografia comporta uma mensagem conotada e outra denotada. A conotação é "a imposição de um sentido segundo a mensagem fotográfica propriamente dita, elabora-se nos diferentes níveis de produção da fotografia (escolha, processamento técnico, enquadramento, diagramação): é, em suma, uma codificação do análogo fotográfico" (BARTHES, 1990, p. 15). Já a denotação é o *analogon* perfeito, ou seja, é a perfeição analógica do real.

Ao discorrer sobre a retórica da imagem, Barthes (1990) observa que com o surgimento do livro intensificou-se a junção do texto e da imagem, seja pela presença de legendas, de títulos ou de textos. A preocupação do autor deu-se no sentido de analisar a razão dessa união texto e imagem. No seu entender, o fato da imagem ser polissêmica implicando vários significados, faz com que haja, em certos momentos, necessidade de optar-se por um determinado significado, desconsiderando os demais possíveis. Ao aglutinar texto e imagem, é estabelecida uma forma de fixar o significado que se quer. Dessa forma, o texto apresenta um controle sobre a imagem, pois ela revela significações de modo muito mais livre, enquanto o texto reduz o significado da imagem, limitando-o aos padrões morais e ideológicos vigentes.

Foucault (1985, p. 25) também analisa o contraponto imagem-palavra:

Não que a palavra seja imperfeita e esteja, em face do visível, num déficit que em vão se esforçaria por recuperar. São irreduzíveis uma ao outro: por mais que se diga o que se vê, o que se vê não se aloja jamais no que se diz, e por mais que se faça ver o que se está dizendo por imagens, metáforas, comparações, o lugar onde estas resplandecem não é aquele que os olhos descortinam, mas aquele que as sucessões de sintaxe definem.

O poder da imagem é mais forte do que o poder da palavra, no dizer de Gutiérrez, (1995), pois a imagem é interpretada por aquele que a olha, suscitando-lhe emoções e sensações que as explicações verbais dificilmente conseguem captar.

Ainda concernente à retórica da imagem, tem-se a imagem denotada. Há na denotação o desenvolvimento de uma noção do "ter estado aqui". Barthes (1984, p. 53) afirma:

... a Foto me parece mais próxima do Teatro, isso ocorre através de um revezamento singular (talvez eu seja o único a vê-lo): a Morte. É conhecida a relação original do teatro e do culto dos Mortos: os primeiros atores destacavam-se da comunidade ao desempenhar o papel dos Mortos: caracterizar-se era designar-se como um corpo ao mesmo tempo vivo e morto: busto pintado de branco do teatro totêmico, homem com rosto pintado do teatro chinês, maquiagem à base de pasta de arroz do Katha Kali indiano, máscara do Nô japonês. Ora, é essa mesma relação que encontro na Foto; por mais viva que nos esforcemos por concebê-la (esse furor de "dar vida" só pode ser a denegação mítica de um mal-estar de morte) a Foto é como um teatro primitivo, como um Quadro Vivo, a figuração da face imóvel e pintada sob a qual vemos os mortos.

O mais preponderante, talvez, no trabalho do referido autor, seja a seguinte afirmação: "No fundo a Fotografia é subversiva, não quando aterroriza, perturba ou mesmo estigmatiza, mas quando é *pensativa*" (Barthes, 1984, p. 62).

A relevância para o homem de reter imagens por meio de registros fotográficos, deve-se à sua tentativa de lutar contra a morte, de fazer frente à desintegração dos seres vivos. A foto de uma pessoa falecida é a re-presentation dessa pessoa ausente. Assim, a imagem é a sombra, também chamada de "duplo" ou de "alter ego". A partir desse enfoque, pode-se depreender que as fotografias organizadas nos álbuns de família são formas de reter um tempo-espço vividos. Os sentimentos e as sensações daquele tempo-espço podem ser revividos quando, em outro momento, essas fotos voltam a ser olhadas. O mundo dos sentidos e as emoções ficam orquestrados na linguagem das imagens, permitindo o desnudamento do inconsciente humano (Gutiérrez, 1995).

A mensagem simbólica da imagem faz com que vários léxicos possam ser mobilizados, ou seja, uma mesma fotografia pode remeter a diferentes leituras realizadas pela mesma pessoa.

Segundo Koury (1999), a fotografia mais conota do que denota, na medida em que remete a múltiplos significados vinculados a um determinado espaço-tempo revelando valores sociais e subjetivos específicos. A fotografia, ao possibilitar múltiplas leituras ou interpretações, apresenta uma realidade sob a forma de discurso possível de si própria. No dizer de Koury (1999, p. 65): "A imagem, então, não possui discurso, mas permite discursos nela, sobre ela e através dela. Discursos que se revelam em choques ou em fusões de olhares múltiplos". Na verdade, a fotografia não captura o objeto, mas o olhar que apreende esse objeto e que não é individual, mas construído social e conjunturalmente. Assim, a dicotomização individual/social também se apresenta quando das significações da imagem, ao mesmo tempo em que permite uma leitura homogênea decorrente do contexto sócio-cultural; traz a especificidade da interpretação do sujeito singular:

... a multiplicidade de complicitades que faz o olhar único ser compartilhado como olhares simultâneos e próximos necessários à prática de uma sociabilidade. Revela, enfim, a sensibilidade do olhar que captura recortes e ângulos da multifacetada face do cotidiano fazer dos homens. Cotidianidade onde se debruçam outras sensibilidades em olhares que observam o produto capturado. Remetido a novas singularidades expressivas da reflexão, onde se estabelecem as bases da compreensão e do pensamento (KOURY, 1999, p. 64).

Para Gutiérrez (1995, p. 239): "existirão tantas interpretações quantos os olhares, porém a capacidade unificadora da imagem faz com que se identifiquem entre si aqueles que compartilham uma mesma imagem cultural".

De acordo com Leal (1990), a captura da imagem por meio da fotografia requer um aprendizado paciente em relação à distância do objeto, ocasião oportuna de registro do acontecimento, capacidade de perceber o todo e ao mesmo tempo o detalhe, algo que requer uma dialética constante entre o objetivar e o subjetivar, em que aquilo que é fotografado é a "realidade revelada". Nas palavras de Leal (1990, p.16):

O ato de fotografar nos traz uma noção de posse de realidade e, ao mesmo tempo, a certeza da impossibilidade desta posse, de sua fragmentação, e necessidade de reconstrução e *processo de revelação* desta realidade. A nossa relação com o objeto é sempre uma relação de conhecimento e de poder onde um capta e o outro é captado.

Ao fotografar é preciso olhar e esse olhar "é atribuir sentidos e captar sentidos incorporados no objeto" (Koury, 1999, p. 66). A fotografia possui três características: a) é um registro documental por representar a realidade; b) é artística por criar emoções; c) é textual por transmitir ideologias e valores. Diante da fotografia o espectador recebe informação (função epistêmica), sensações (função estética) e representações sócio-culturais (função simbólica), o que permite ao homem reafirmar e precisar a sua relação com o mundo da imagem. O caráter simbólico da fotografia faz com que ela sirva de mediadora entre o espectador e a realidade, possibilitando trazer à tona o saber, os afetos, as crenças, os modelos culturais e sociais de uma época, classe social e cultura, das quais o espectador foi parte integrante e é representante. Assim, a fotografia é objetiva e subjetiva, isto é, é objetiva como registro de alguma coisa e é subjetiva na forma de realizá-la e de observá-la (Gutiérrez, 1995).

A ETNOGRAFIA

Ao se utilizar do método etnográfico, o pesquisador deve assumir uma postura de relativização, evitando posições etnocêntricas; portanto, para que ele possa

compreender determinados comportamentos, há que se inserir e vivenciar o contexto cultural no qual esse comportamento tem lugar. De acordo com Achutti (2004, p. 93): "A etnografia consiste, na verdade, em se esforçar para realizar um trabalho de pesquisa interpretativa, visando a uma composição que mostre a singularidade cultural de um determinado grupo social ou de subgrupos que vivem em sociedades diversas". Assim, fazer etnografia significa ir a campo munido de uma sólida bagagem teórica, mas desprovido de qualquer preconceito, significa viver a realidade da comunidade pesquisada, utilizando-se da técnica da observação participante, implica estar com todos os sentidos à flor da pele. É preciso ouvir com atenção, olhar com acuidade, sentir os odores, degustar os alimentos que porventura sejam oferecidos ao pesquisador, tocar para identificar as diferentes texturas ou para estabelecer uma afetividade sinestésica. O diário de campo configura-se como o principal instrumento no qual são registradas as vivências dia após dia e as impressões pessoais do etnógrafo. Para entender a comunidade pesquisada é preciso perguntar, mas também saber o momento de calar, respeitar o "outro", acompanhar o tempo dos informantes. A emoção fará parte dessa experiência e deve ser aceita com naturalidade. Depois de alguns meses, aquilo que era estranho torna-se familiar, o pesquisador está aculturado, os dados fluem com facilidade, foram estabelecidos relacionamentos interpessoais, todos os registros foram executados, é hora de buscar o distanciamento necessário para a análise e a elaboração do relatório de pesquisa.

O método etnográfico consiste no levantamento de todos os dados possíveis sobre uma determinada comunidade com a finalidade de melhor conhecer o estilo de vida ou a cultura específica da mesma. Tal método tem como *locus* privilegiado a Antropologia Social, exatamente porque nessa disciplina encontra-se a origem do mesmo, sendo que, hodiernamente, quando fala-se em estudos de cultura, nesta área de conhecimento, fala-se em método etnográfico, fazendo com que as discussões mais aprofundadas aí se concentrem.

Para Marconi & Pressotto (1992, p. 32), o método etnográfico:

Refere-se à análise descritiva das sociedades humanas, principalmente das primitivas ou ágrafas e de pequena escala. Mesmo o estudo descritivo requer alguma generalização e comparação, implícita ou explícita. Refere-se a aspectos culturais.

E mais, consiste no levantamento de todos os dados possíveis sobre sociedades ágrafas ou rurais, e na sua descrição, com a finalidade de conhecer melhor o estilo de vida ou a cultura específica de determinados grupos.

Essa definição apresenta dois pontos que merecem ser comentados. O primeiro diz respeito ao objeto da pesquisa, qual seja, as sociedades primitivas ou ágrafas. Na medida em que as tribos primitivas foram sendo dizimadas, o antropólogo voltou-se para o estudo de sua própria sociedade, a sociedade complexa. O segundo aspecto passível de alusão é aquele referente à generalização e comparação implícita ou explícita. Os aspectos que fogem à descrição correspondem à análise etnológica. Há que se distinguir uma etnografia de uma etnologia. A primeira refere-se à descrição de uma dada cultura, conquanto a segunda consiste na análise dessa descrição.

O método etnográfico implica conhecer o "outro", sendo que quando o "outro" faz parte da própria sociedade do pesquisador é preciso "estranhar o familiar e assim descobrir... o exótico no que está petrificado dentro de nós" (DaMatta, 1987, p. 157).

No intuito, ainda, de clarificar em que consiste um estudo etnográfico, tem-se a posição de Geertz (1978, p. 20):

Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de 'construir uma leitura de') um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado.

Em verdade, a etnografia não é o “trabalho de campo”, mas sim o “que se escreve sobre o trabalho de campo”. De acordo com Geertz (1978, p. 29): “O etnógrafo ‘inscreve’ o discurso social: *ele o anota*. Ao o fazer, ele o transforma de acontecimento passado, que existe apenas em seu próprio momento de ocorrência, em um relato, que existe em sua inscrição e que pode ser consultado novamente”. Clifford (1998), tomando por base as teorizações de Bakhtin, destaca que as palavras na escrita etnográfica não podem ser consideradas como a legítima declaração sobre uma dada realidade, mas sim como uma linguagem que é atravessada por várias subjetividades e decorrente de contextos específicos.

Contudo, até chegar-se à construção do texto, há um longo caminho a ser percorrido. Todo o processo começa a partir da inserção do pesquisador em campo, de sorte que, ao final da sua coleta de dados, ele possa dizer que esteve lá e, portanto, tem condições de falar sobre o “outro”, isto é sobre a comunidade estudada.

Uma das técnicas entendida como legítima para a obtenção de dados com a profundidade necessária para a elaboração do texto etnográfico consiste na observação participante, cuja paternidade, em termos de uso de tal instrumental, cabe a Bronislaw Malinowski, autor do clássico trabalho intitulado “Argonautas do Pacífico Ocidental; um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia”, publicado pela primeira vez em 1922. Para Malinowski (1978, p. 18):

... um trabalho etnográfico só terá valor científico irrefutável se nos permitir distinguir claramente de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e interpretações nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom-senso e intuição psicológica.

(...) Na etnografia, o autor é, ao mesmo tempo, o seu próprio cronista e historiador; suas fontes de informação são, indubitavelmente, bastante acessíveis, mas também extremamente enganosas e complexas; não estão incorporadas a documentos materiais fixos, mas sim ao comportamento e memória de seres humanos.

Esse jogo intrigante que a etnografia possibilita, faz com que o pesquisador ora se impregne totalmente do ponto de vista dos seus pesquisados, se desconstruindo, ora se afaste, de sorte a tornar possível a análise daquilo que foi levantado no campo.

Caldeira (1988, p. 134-135) coloca com muita propriedade:

Ao contrário do que acontece em outras ciências e mesmo nas outras ciências sociais, em que o analista e o pesquisador procuram o mais possível estar ausentes da análise e da exposição dos dados, como meio de garantir uma posição neutra e objetiva legitimadora da cientificidade, o antropólogo nunca esteve ausente de seu texto e da exposição de seus dados. Ao contrário: produtor ele mesmo de seus dados, instrumento privilegiado de pesquisa, a *presença* do antropólogo profissional tanto no trabalho de campo quanto no texto etnográfico foi essencial para a construção do conhecimento antropológico.

(...) O outro só existe pela voz do antropólogo que esteve lá, viu e reconstruiu a cultura nativa enquanto totalidade em seu texto.

A observação participante requer que o pesquisador realize uma imersão no cotidiano de uma determinada cultura. Somente por esse processo é que o estudioso conseguirá compreender o universo sócio-cultural, objeto de sua pesquisa.

De acordo com Blalock Jr. (1973, p. 50-51):

O pesquisador deve mergulhar nos dados, apreender tudo o que puder, a partir do maior número possível de perspectivas, e obter informações muito gerais em lugar de dados limitados a uma visão estreita.

... O requisito básico de toda observação participante, contudo, reside na necessidade de que o cientista social ganhe a confiança das pessoas que estão sendo estudadas - de maneira que sua presença não rompa o curso natural dos acontecimentos, ou nele interfira de algum modo - de forma que proporcionem respostas sinceras às suas perguntas, e não escondam, de sua vista, atividades importantes.

Clifford (1998) chama a atenção para o fato do etnógrafo, por meio da observação participante, realizar um exercício de interiorização e exteriorização. Na primeira situação, o pesquisador capta, mediante a empatia que estabelece com os seus informantes, os sentidos profundos, subjacentes, os gestos específicos; no segundo momento, o etnógrafo precisa refletir sobre essas significações à luz de contextos mais amplos. Para Clifford (1998), isso representaria uma dialética entre experiência e interpretação.

Assim, resumidamente, pode-se dizer que a observação participante é uma técnica cujo fundamento reside num certo processo de aculturação do pesquisador. Dessa forma, o observador assimila as categorias inconscientes que ordenam o universo cultural investigado, não eliminando, contudo, o trabalho sistemático da coleta de dados, nem a interpretação e integração da evidência empírica, de modo a recriar a totalidade vivida pelos membros da organização investigada e apreendida pela intuição do pesquisador.

Porém, é o pai da observação participante que alerta para um ponto considerado crucial. Segundo Malinowski (1978, p. 22):

Conhecer bem a teoria científica e estar a par de suas últimas descobertas não significa estar sobrecarregado de idéias preconcebidas. Se um homem parte numa expedição decidido a provar certas hipóteses e é incapaz de mudar seus pontos de vista constantemente, abandonando-os sem hesitar ante a pressão da evidência, sem dúvida seu trabalho será inútil. Mas, quanto maior for o número de problemas que leve consigo para o trabalho de campo, quanto mais esteja habituado a moldar suas teorias aos fatos e a decidir quão relevantes eles são às suas teorias, tanto mais estará bem equipado para o seu trabalho de pesquisa. As idéias preconcebidas são perniciosas a qualquer estudo científico; a capacidade de levantar problemas, no entanto, constitui uma das maiores virtudes do cientista — esses problemas são revelados ao observador através de seus estudos teóricos.

Para o referido autor, existem fenômenos de grande importância que não podem ser captados em sua essência pelo pesquisador, utilizando-se questionários ou outras técnicas ditas quantitativas. A única maneira de apreendê-los é pela observação em sua plena realidade. A esses fenômenos Malinowski denominou de imponderáveis da vida real.

O registro desses imponderáveis da vida real devem ser feitos em um diário de campo, no qual o pesquisador irá narrar com acuidade todos os acontecimentos ocorridos dia após dia. As expressões próprias daquele grupo também serão anotadas, bem como os sentimentos do pesquisador. Afinal, o objetivo da etnografia, segundo Malinowski (1978, p. 33-34) é de:

... apreender o ponto de vista dos nativos, seu relacionamento com a vida, *sua* visão de *seu* mundo. É nossa tarefa estudar o homem e devemos, portanto, estudar tudo aquilo que mais intimamente lhe diz respeito, ou seja, o domínio que a vida exerce sobre ele. Cada cultura possui seus próprios valores; as pessoas têm suas próprias ambições, seguem a seus próprios impulsos, desejam diferentes formas de felicidade. Em cada cultura encontramos instituições diferentes, nas quais o homem busca seu próprio interesse vital; costumes diferentes através dos quais ele satisfaz às suas aspirações; diferentes códigos de lei e moralidade que premiam suas virtudes ou punem seus defeitos. Estudar as institui-

ções, costumes e códigos, ou estudar o comportamento e mentalidade do homem, sem atingir os desejos e sentimentos subjetivos pelos quais ele vive, e sem o intuito de compreender o que é, para ele, a essência de sua felicidade, é, em minha opinião, perder a maior recompensa que se possa esperar do estudo do homem.

Vale destacar, todavia, que participar das experiências dos informantes não significa tornar-se um deles. Foote-Whyte (1980), em seu estudo empreendido em Corneville, descobriu que para obter as informações, as quais necessitava, não precisava transformar-se em um dos Nortons, aspecto esse que lhe foi alertado pelo seu informante-chave. Doc, o informante, disse a Foote-Whyte que ele era diferente e deveria permanecer desta maneira. Ou seja, o pesquisador foi reconhecido pelo grupo como merecedor de confiança, mas o mesmo grupo percebeu a existência de diferenças culturais, entre eles e Foote-Whyte, que não poderiam e nem deveriam ser alteradas.

A maneira como o pesquisador insere-se no trabalho de campo também é importante. Se o estudioso for introduzido no campo por pessoas que ocupam posições hierarquicamente superiores, caso os estratos inferiores não venham a ser alertados sobre o real significado do estudo, isto poderá afetar a pesquisa, dificultando inclusive a aceitação do pesquisador pelo grupo ou comunidade. A entrada em campo pelas mãos de um informante-chave também pode ser problemática, uma vez que esse indivíduo pode contaminar, com a "sua" percepção acerca daquela cultura, a visão do pesquisador.

Há, ainda, um outro ponto que não pode ser ignorado pelo etnógrafo. Trata-se da sensibilidade e da empatia que devem se estabelecer entre pesquisador e informantes. A riqueza ou pobreza dos dados coletados sofre uma influência muito grande desses aspectos tipicamente humanos. Além disso, a qualidade dos dados está profundamente relacionada com a capacidade do etnógrafo de ouvir e compreender o outro com base na emoção. Assim, ao contrário de constituir-se em um entrave à busca do conhecimento científico, a emoção revela-se como indispensável para quem se propõe a conhecer uma certa cultura. No entender de Neves (1986, p. 93):

... o trabalho etnográfico tem como uma de suas exigências um atributo compatível com essa condição de arte: a sensibilidade. Enquanto atributo, a sensibilidade torna-se um elemento difícil de ser operacionalizado em qualquer metodologia, porém sua presença é indispensável para esse tipo de trabalho. Esta é uma das condições que faz da atividade de campo como um todo uma experiência intransferível.

É extremamente complexo tentar explicar, para quem nunca se engajou nesse tipo de pesquisa, como se dá o envolvimento do pesquisador com os seus pesquisados, os momentos difíceis em que a emoção toma conta do estudioso impedindo-lhe de continuar a coleta de dados, ou quando um gesto de carinho acaba em lágrimas. É DaMatta (1987, p. 169) quem diz:

Seria possível dizer que os elementos que se insinuam no trabalho de campo são o sentimento e a emoção. Estes seriam, para parafrasear Lévi-Strauss, os hóspedes não convidados da situação etnográfica. E tudo indica que tal intrusão da subjetividade e da carga afetiva que vem com ela, dentro da rotina intelectualizada da pesquisa antropológica, é um dado sistemático da situação.

Parece ser fundamental que o etnógrafo tenha consciência de tal aspecto, de sorte que ele consiga tirar partido da situação, porém, sempre tendo em mente o fato de que está realizando uma pesquisa que exige um movimento constante de aproximação e afastamento do objeto. A sensibilidade também faz com que o pesquisador reconheça o momento em que deve perguntar e quando necessita calar, aguardando então uma ocasião mais adequada para sanar as suas dúvidas.

A FOTOETNOGRAFIA

Achutti (1997, p. 14) desenvolve o método que ele denomina de "Fotoetnografia". Para o referido autor tal método consiste: "no uso da fotografia como uma narrativa imagética capaz de preservar o dado e convergir para o leitor uma informação cultural a respeito do grupo estudado". A pesquisa foi realizada em uma área da região periférica de Porto Alegre, a Vila Dique. Inicialmente, a vila servia como depósito de lixo; posteriormente, as mulheres trabalhadoras organizaram uma cooperativa com o intuito de proceder a coleta seletiva e daí obterem recursos para o seu sustento e o de suas famílias. Pela proximidade com a Central de Abastecimento de frutas e verduras (CEASA), parte da alimentação dessas trabalhadoras são provenientes das sobras de hortifrutigranjeiros que não foram vendidos pela CEASA. Oriundas do interior do Estado, essas mulheres, em número significativo, são de origem alemã e configuram-se como "colonos sem-terra". Achutti (1997) revela que a sua pesquisa buscou a especificidade de um grupo urbano que vive do lixo, tendo presente o fato de que para maioria das pessoas o lixo é visto como algo desprezível. A pesquisa além de mostrar uma forma de sobrevivência, apresenta o uso ecologicamente correto dos detritos descartados pelas classes mais abastadas.

A proposta de Achutti apresenta-se como inovadora sob vários prismas. A "inovação" do autor vai desde estabelecer uma abordagem descritiva utilizando imagens fotográficas, até publicar o seu trabalho em um livro de dupla entrada. Em uma das entradas tem-se a descrição do que vem a ser fotoetnografia e a contribuição que a fotografia pode dar para a Antropologia Visual enquanto um meio de descrição e interpretação cultural. Na outra entrada, em doze páginas, uma descrição rápida da Vila Dique é feita em palavras, para a seguir verificar-se o estudo que privilegia a imagem como fulcro central do fazer científico e que se distribui por seis capítulos, assim intitulados: A Vila; O Trabalho e o Lixo; Retratos; As Casas; Recortes, Formas e Cores; e Imagens Dentro da Imagem .

Achutti (1997, p.12-13) na entrada do livro que fala sobre o método fotoetnográfico, faz as seguintes assertivas:

Através de uma abordagem descritiva, em que a principal forma de narrar é o uso de imagens, através de um exercício de uma antropologia visual utilizando a técnica fotográfica - uma fotoetnografia - busco investigar os elementos com os quais esta população constrói os traços de sua identidade. Que tipo de apropriação *os outros* fazem do lixo produzido e rejeitado por *nós*. Procuo visualizar como se dá o processo de trabalho de separação do lixo, a organização do espaço de suas casas na construção de estratégias de reprodução social e, enfim, procuro retratar quem são essas mulheres.

(...)

...busco pensar e desenvolver a própria antropologia visual como uma linguagem e um olhar, capaz de, no processo de conhecer, nos dar *dados*. Procuo, teoricamente, trabalhar a questão da imagem em seu potencial *descritivo* e suas históricas conexões com a antropologia.

(...)

A proposta aqui é a do emprego da antropologia visual enquanto um recurso narrativo autônomo na função de convergir significações e informações a respeito de uma dada situação social.

A fotografia e a etnografia requerem a capacidade de lidar com a emoção e de saber utilizar a mesma para o descortinamento de elementos recônditos no cerne do fazer científico.

A Antropologia também apresentou resistência quanto ao uso exclusivo de imagens como forma de linguagem, porém, a partir do momento em que consolidou-se o segmento intitulado Antropologia Visual, a legitimação de trabalhos baseados unicamente em vídeos e fotos concretiza-se. Os encontros de pesquisadores em nível nacional e internacional dedicam espaços para a apresentação de trabalhos com essas características metodológicas. A guisa de exemplificação, tem-se o encontro realizado de 14 a 16 de setembro de 2000, em Mar del Plata, na Argentina, o VI Congresso Argentino de Antropologia Social, cuja temática central foi "Identidade da disciplina e campos de aplicação" que teve uma seção destinada à Antropologia Visual.

Para fazer uso da técnica fotográfica com o método etnográfico, é preciso dominar os dois aspectos: a fotografia exige o conhecimento relacionado com o tipo de máquina, filmes a serem utilizados, lentes, filtros etc.; a etnografia requer a imersão do pesquisador no universo pesquisado de modo a ser possível a sua participação naquela realidade cultural escolhida como objeto de investigação científica. Combinar de modo adequado os dois saberes requer habilidade e disposição por parte do pesquisador, uma vez que, no caso da fotoetnografia, o pesquisador não vai estar realizando um processo ilustrativo, mas sim a própria narrativa dar-se-á pela via do imagético. Achutti (2004, p. 71) afirma: "[...] fotografar não é apenas refletir a realidade, é também reflexionar sobre ela e nela refletir-se".

Para os leitores mais críticos, a questão que deve estar povoando as suas mentes é a subjetividade inerente ao olhar do fotógrafo e do observador. Como qualquer método, a fotoetnografia não está livre das subjetividades dos sujeitos envolvidos, afinal trata-se da aplicabilidade de uma metodologia voltada para o campo das ciências humanas e sociais, em que o "objeto" é o homem em suas realidades sócio-culturais. Assim, todas as discussões levadas a efeito em outras formas de pesquisa podem ser transpostas para essa, o que muda é o tipo de linguagem utilizada. Como bem observou Achutti (2004, p. 81):

As dificuldades impostas à fotografia seriam resolvidas se esta fosse considerada como realmente deve ser – isto é, uma linguagem que possui suas próprias características – e os fotógrafos, vistos como portadores de uma forma específica de escrita, nem melhor, nem pior que as outras, apenas diferente.

O uso de fotos, na Antropologia, advém das Escolas posteriores à corrente Evolucionista. A partir do momento em que o antropólogo foi a campo, que as suas teorizações deixaram de ser fruto de um trabalho de gabinete, sustentado por informações de missionários e viajantes, o registro fotográfico passou a ser um componente importante como forma de registrar a estada entre os nativos. Malinowski da Escola Inglesa, Margaret Mead e Gregory Bateson da Escola Americana foram a campo munidos de câmaras fotográficas para gravar em imagens a cultura objeto de estudo.

De acordo com Achutti (1997, p. 25): "Mead e Bateson nos deixaram a idéia de que os materiais visuais, fotografias por exemplo, antes de serem cópias da realidade, são 'textos', afirmações e interpretações sobre o real". Barthes (1980, p. 48-49), por seu turno, entende que a Fotografia é perigosa na medida em que possui as funções de "informar, representar, surpreender, fazer significar, dar vontade".

Ao atentar-se para a realidade brasileira, parece pertinente o uso de imagens como uma forma de interpretação cultural, haja vista o fato de ter-se um apreço ao visual, exatamente pela carga afetiva que pode estar contida no mesmo e que serve para auxiliar na compreensão, pois, segundo Moran (1994, p. 7):

Os meios audiovisuais são fortes na lógica que procede por comparação, explícita ou implícita (metáfora), que procura entender o todo, mais do que cada parte desse todo, que através das associações procura descobrir novos significados, novas relações, principalmente através das imagens. ...na imagem encontramos mais liberdade narrativa...".

A FOTOGRAFIA NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

A fotografia nos estudos organizacionais começa a ganhar relevância na medida em que as racionalizações de cunho positivista/funcionalista/mecanicista cedem espaço para a dimensão afetiva/emocional/estética que vem sendo desenvolvida no âmbito da Administração nos últimos anos. Nos primórdios, os clássicos como Taylor, Weber, Durkheim privilegiaram os estudos racionais em detrimento dos "aspectos estéticos", sensitivos, do mundo do trabalho (Warren, 2002).

Em termos de sociedade, as emoções antes recônditas e restritas ao domínio privado, no limiar do século XXI, ganham o espaço público, de sorte que acompanhar o cotidiano emocional das pessoas, reparar como se comportam frente a determinadas situações, passou a ser de interesse de todos, a exemplo dos "realities shows", nos quais os telespectadores abrem mão da ficção para acompanhar a rotina diária de protagonistas reais, confinados em uma casa, tendo de compartilhar várias experiências monitorados por uma câmara de televisão. As guerras são transmitidas pelas câmaras de televisão e o mundo inteiro pode sentir as emoções que advêm de cenas como a de crianças mutiladas por granadas. Os atentados terroristas são televisionados e revelam a brutalidade e fragilidade humana.

No âmbito organizacional, o marketing é utilizado cada vez mais nas propagandas, apelando para recursos estéticos com a intenção de sensibilizar o consumidor no sentido de adquirir esse produto e não aquele, imagens que remetem aos tempos de infância, à vida ao ar livre; e, até mesmo, imagens de grupos de amigos preparando alimentos e se divertindo têm por objetivo tocar o imaginário remetendo a sentimentos nostálgicos ou alegres.

Outras imagens ligadas ao mundo organizacional costumam ser divulgadas pelos jornais da mídia eletrônica, como aquelas que mostram filas enormes nos caixas de auto-atendimento dos bancos. Essas imagens permitem várias leituras. Uma delas seria a de que os bancos automatizados liberaram mão-de-obra, as operações passaram a ser realizadas pelo cliente diretamente nas máquinas. Apesar de os "softwares" mostrarem-se extremamente "amigáveis", determinados clientes resistem em realizar as operações no auto-atendimento. Alguns dirão que isso é fruto da baixa escolaridade da população, da resistência ao novo, mas o que dizer quando essa atitude parte de pessoas intelectualizadas, abertas aos avanços tecnológicos? Uma das hipóteses seria a de que a máquina é fria, não estabelece uma relação empática com o cliente, agiliza, sim, o processo, mas por outro lado exclui a humanidade, as trocas afetivas tão necessárias aos seres humanos. Diante disso, os mesmos bancos designam gerentes de contas para os clientes, profissionais que estão à disposição de um número restrito de clientes a quem devem atender de modo personalizado. O cliente pode então dirigir-se até a agência onde possui conta e tomar um cafezinho com o "seu" gerente, contar alguns detalhes das últimas férias, buscar informação sobre a melhor aplicação, saber um pouco mais sobre a vida daquele que encontra-se do outro lado da mesa cuidando de suas finanças (se é casado, se tem filhos, se já trabalhou em outro banco). A isso a Administração chama de fidelização do cliente, mas o cliente percebe como atendimento "humanizado".

De acordo com essa lógica da emoção, da sensibilidade, Warren (2002) expõe que o trabalho rotineiro, repetitivo, é algo aborrecido. Ao contrário, o trabalho interessante é aquele que se apresenta de modo variado, propiciando novas sensações, sentimentos e experiências estéticas que podem envolver não só os trabalhadores, mas também os clientes.

As pessoas, segundo a mesma autora, estão com seus cinco sentidos presentes no ambiente de trabalho e é preciso que o pesquisador seja capaz de captar essas sensações em sua atuação no trabalho de campo. Para Strati (apud Warren, 2002), é preciso realizar uma "observação participante do imaginário",

em que o pesquisador compartilharia de modo empático as atividades observadas ou as narrativas realizadas pelos informantes sobre seus papéis e experiências.

O uso da fotografia poderia auxiliar na apreensão desses sentimentos. A foto deixaria de ter um caráter meramente documental para ganhar o "status" de linguagem estética, ou como diria Barthes (1990, p. 20):

a imagem já não *ilustra* a palavra; é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem; essa inversão tem seu preço: nos moldes tradicionais de 'ilustração', a imagem funcionava como uma volta episódica para a denotação, a partir de uma mensagem principal (o texto), que era sentido como conotado, já que precisava de uma ilustração; na relação atual, a imagem já não vem esclarecer ou 'realizar' a palavra; é a palavra que vem sublimar, patetizar ou racionalizar a imagem [...].

Um recurso que tem sido utilizado pelos pesquisadores da área de humanas e sociais, Psicologia e Antropologia, é o do pesquisador fotografar e, posteriormente, mostrar as fotos aos informantes, com o fito de esclarecer e captar determinados aspectos que escapam a compreensão do pesquisador ou sobre os quais os informantes omitiram em falar. A fotografia evitaria que as perguntas íntimas ou delicadas fossem feitas de forma direta. Por meio das fotos, é possível estabelecer um diálogo mais aberto e menos constrangedor. As fotos sobre determinadas situações de trabalho podem, ao serem mostradas para os entrevistados, esclarecer determinadas posturas, representações e estereótipos.

Warren (2002) traz outra situação de pesquisa que é a de solicitar aos informantes que operem a máquina fotográfica, fazendo eles mesmos o registro daquilo que julgam importante.

Buchanan (2001) discute a foto-descoberta como uma técnica de pesquisa que encoraja a participação, envolve os pesquisados no diagnóstico de determinados processos, permite emergir um posicionamento crítico diante das imagens esposadas. A máquina de fotografias digital permite a obtenção de um número considerável de fotos que depois podem ser exibidas por *kits* multimídias, em sessões nas quais várias rodadas de apresentações podem acontecer, ora restrita ao setor envolvido, ora com outros setores que interagem com o setor em questão. Permite a visualização de determinadas situações, bem como a descoberta de certas distorções, possibilitando análises acuradas e discussões entre todos os integrantes do espaço organizacional, momentos em que o pesquisador obterá dados relevantes para o trabalho que está desenvolvendo, ou seja, como já foi dito no item anterior, a fotografia permite inúmeras leituras e nada mais relevante do que os trabalhadores envolvidos em um determinado processo discutirem suas vivências, incitados pelas imagens que lhes estão sendo exibidas. No dizer de Buchanan (2001, p. 159): "Em suma, a apresentação de slides são oferecidos como uma cortesia, como um veículo para estimular a discussão e idéias, e como uma plataforma para gerar consenso acerca dos problemas e ações e deste modo legitimam em particular as mudanças organizacionais". Buchanan (2001) realizou uma pesquisa sobre um processo de reengenharia utilizando-se da técnica fotográfica como veículo para a obtenção de dados, que, em muito, extrapolaram as racionalizações expressas em uma entrevista, cujos detalhes podem ser omitidos por esquecimentos ou mesmo por mecanismos de defesa, e que pela fotografia podem ser visualizados, repensados e questionados.

Assim, Buchanan (2001) advoga em prol do uso da fotografia nas pesquisas organizacionais, como forma de permitir a obtenção de dados que acabam por auxiliar na análise de processos organizacionais complexos. Vale destacar que a fotografia: a) complementa outros dados coletados; b) igualmente viabiliza a iniciativa para a implementação das mudanças por parte dos envolvidos no espaço organizacional; c) valida os dados obtidos por outras técnicas; d) pelo grau de envolvimento dos pesquisados por ocasião das sessões de fotos, o debate, a discussão, o diagnóstico e a solução dos problemas acabam emergindo do grupo; e) permite que o estrato não gerencial possa se manifestar em relação a certos

aspectos, muitas vezes apontando decisões a serem tomadas; f) permite a verificação das diferentes culturas presentes no espaço organizacional e os contrastes existentes; g) permite que os envolvidos percebam de que modo as suas ações individuais interferem no todo da organização; h) põe a descoberto as implicações das decisões organizacionais em relação à comunidade na qual a organização está instalada.

Todavia, o autor supra citado chama a atenção à utilização de fotos digitais, pois a possibilidade de uso de recursos computacionais na manipulação das fotos pode levar a uma descaracterização e a um distanciamento do rigor científico. Essa mesma preocupação aparece em Barthes (1990, p. 37): "É, sem dúvida, um importante paradoxo histórico: quanto mais a técnica desenvolve a difusão das informações (especialmente das imagens), mais fornece meios de mascarar o sentido construído sob a aparência do sentido original".

Os trabalhos citados trazem uma contribuição relevante para os estudos organizacionais, mas pensa-se que ainda é possível uma maior ousadia, e isso seria possível pela incorporação do fazer etnográfico e da fotografia em um estudo, por exemplo, que mostrasse o dia-a-dia dos trabalhadores dos mais diferentes segmentos em uma linguagem estética que permitisse ao pesquisador dizer que esteve lá e que isso foi assim; algo que a fotografia e a etnografia possibilitam. O registro das expressões de medo, tristeza, alegria, preocupação vai estar estampado nas fotografias daqueles rostos e vai revelar sentimentos profundos que dificilmente seriam captados tão somente pela palavra e que poderiam, eventualmente, escapar à observação do pesquisador em campo, dadas as circunstâncias em que muitas pesquisas são realizadas. Mais eloqüente do que a descrição, utilizando as palavras, de uma certa atividade laboral, as imagens refletem o momento em que aquele trabalhador estava realizando a tarefa. No dizer de Barthes (1984, p. 49):

Como a Fotografia é contingência pura e só pode ser isso (é sempre *alguma* coisa que é representada) – ao contrário do texto que, pela ação repentina de uma única palavra, pode fazer uma frase passar da descrição à reflexão - , ela fornece de imediato esses "detalhes" que constituem o próprio material do saber etnológico. [...] Ela me permite ter acesso a um infra-saber; fornece-me uma coleção de objetos parciais e pode favorecer em mim um certo fetichismo: pois há um "eu" que gosta do saber, que sente a seu respeito como que um gosto amoroso.

Diante do exposto, propugna-se pela utilização da fotoetnografia em estudos organizacionais visando à incorporação da afetividade aos estudos organizacionais, mediante o resgate de um saber que privilegie o sentimento, a afetividade como complementar ao racional, funcional, mecanicista. É em Morin (1998, p. 17) que encontra-se o aporte filosófico que dá sustentação a essa defesa:

O amor enraíza-se em nossa corporeidade e, nesse sentido, pode-se dizer que o amor precede a palavra. Mas o amor encontra-se, ao mesmo tempo, enraizado em nosso ser mental, em nosso mito que, evidentemente, pressupõe a linguagem e, nesse sentido, pode-se dizer que o amor decorre da linguagem. O amor, simultaneamente, procede da palavra e precede a palavra. Trata-se de um interessante problema, uma vez que há culturas em que não se fala de amor. Mas mesmo nestas culturas, em que não se fala de amor e que o amor não emergiu enquanto noção, será que, verdadeiramente, não existe amor? Ou será que sua existência decorre do não-dito?

Transpondo-se as reflexões de Morin (1998) para o campo organizacional: será que por não se falar em amor nas organizações, o mesmo seria inexistente nesse contexto? A fotografia não poderia ser uma forma de não-dito que possibilitaria responder a esse questionamento?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta deste artigo foi a de refletir sobre outro método e linguagem possíveis de serem utilizados no fazer científico do campo organizacional e da Administração. Não advoga-se que todas as pesquisas tenham que fazer uso da fotoetnografia, o que busca-se é questionar as possibilidades existentes e que, no mínimo, sejam pensadas enquanto uma forma viável, dependendo do objeto de pesquisa, das características do pesquisador e dos pesquisados. Os estudiosos mais ortodoxos dirão que ao optar-se por essa perspectiva, corre-se o risco de descaracterizar a construção da Ciência Administrativa. Acredita-se que tal assertiva seja passível de contestação, na medida em que o mundo avança tanto em conteúdo como em forma e não se pode mais prescindir de todas as variantes existentes quando elas forem cabíveis, afinal, como defende Morin (1998), é tempo de complexidade, tempo de unir amor, poesia e sabedoria.

REFERÊNCIAS

- ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. *Fotoetnografia: um estudo de Antropologia Visual sobre cotidiano, lixo e trabalho*. Porto Alegre: Tomo, 1997.
- _____. *Fotoetnografia da Biblioteca Jardim*. Porto Alegre: UFRGS/Tomo, 2004.
- BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- _____. *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BUCHANAN, David. The role of photography in organization research: a reengineering case illustration. *Journal of Management Inquiry*. v. 10, n. 2, June 2001, 151-164.
- CLIFFORD, James. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.
- DAMATTA, Roberto. *Relativizando: uma introdução à Antropologia Social*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.
- FOOTE-WHYTE, William. Treinando a observação participante. In: GUIMARÃES, Alba Zaluar. *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1980.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1985.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- GUTIÉRREZ, Marisol Rodríguez. Testimonio y poder de la imagen. In: BAZTÁN, A. Aguirre. *Etnografía*. Barcelona: Marcombo, 1995.
- KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. Imagem e narrativa ou, existe um discurso da imagem? *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, UFRGS, IFCH, PPGAS. Ano 5, n.12, p. 59-68, dez.1999.
- LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes, 1990.
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- MARCONI, Marina de Andrade e PRESSOTTO, Zelia Maria Neves. *Antropologia: uma introdução*. São Paulo: Atlas, 1992.

MORAN, José. *Interferência dos meios de comunicação no nosso conhecimento*.
<http://www.ead.ufrgs.br/Ispace/ferramenta>, 1994.

MORIN, Edgar. *Amor, poesia, sabedoria*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

NEVES, Leczy Consuelo. *A casa do mágico*. Rio de Janeiro: Agir, 1986.

WARREN, Samantha. Show me how it feels to work here: using photography to
research organizational aesthetics. *Ephemeria*. v. 2 (3): 224-245, 2002.
www.ephemeraweb.org