

Resenha bibliográfica

***Organização e estética.* Antonio Strati. Rio de Janeiro: FGV, 2007. 332p.**

Sylvia Constant Vergara*

A estética tem uma longa história, que nos remete a filósofos lá no século XVIII e, depois, a artistas, a antropólogos, a psicólogos, a semiólogos. Antonio Strati a coloca no escopo dos estudos organizacionais.

O autor define estética como uma forma de conhecimento humano fornecido pelos órgãos dos sentidos e pela capacidade que temos de fazer um juízo estético. Diz respeito à nossa corporeidade refinada no ambiente organizacional. O juízo estético, todavia, não está ligado à visão, à audição, ao tato, ao paladar e ao olfato; ele está associado a culturas, sejam elas organizacionais, sociais ou linguísticas.

O livro, publicado originalmente pela Sage Publications of London em 1999, é composto de cinco capítulos, aos quais se agregam a introdução e as conclusões.

Strati inicia informando que durante anos suas aulas eram pautadas em adivinhações sobre artefatos organizacionais que propunha aos estudantes. O método lhes causava estupefação, por ser inusitado entre professores italianos (Strati reside na Itália). Argumenta o autor que utiliza esse método porque ele permite botar no foco o processo heurístico baseado na evocação, assim como o conhecimento que o alimenta, não baseado em prova, mas na intuição.

O autor afirma que a estética na vida organizacional está associada a questões subjetivas como “suavidade e obsessão, sentimento de prazer e desejo de destruição, fonte de conflito, origem de problemas de difícil solução”. Por que alguma coisa nos agrada? Por que nos causa repugnância? Por que nos proporciona um sentimento de prazer? Por que nos provoca um desejo de destruição? Por que nos envolve?

* Professora titular da Escola Brasileira de Administração de Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (Ebape/FGV). E-mail: Sylvia.Vergara@fgv.br.

Assevera que estudos organizacionais dissociam a estética da vida das organizações ou, no máximo, fazem uma associação bastante limitada. Fundados no plano racional das idéias, até meados da década de 1970, os estudos não incorporaram características de materialidade e corporeidade. Mas o processo vem se modificando, embora de maneira tímida, trazendo aos estudos organizacionais novas pesquisas, teorias e métodos.

A proposta do livro é, então, que ganhemos compreensão estética das organizações, em vez da lógico-racional. Tal compreensão é uma metáfora epistemológica e busca apreender a experiência vivida pelas pessoas no seu agir dentro das organizações. É uma forma de conhecimento atrelada “à imanência, às nuances e aos detalhes, ao sensível e ao mundano, à construção e à reconstrução da experiência vivida”.

No livro, Strati desenvolve seus argumentos a partir da narrativa de sua experiência em sala de aula: a resposta a uma adivinhação, a decifração de um enigma pelos estudantes. A metodologia entrelaça, então, estética, evocação e experiência. A conclusão do autor é aquela segundo a qual não há um fenômeno organizacional único, suscetível a várias interpretações; antes, há um processo organizacional que apresenta características ao mesmo tempo semelhantes e diferentes, apreendidas por observadores participantes.

Brindando-nos com referências a inúmeros teóricos, o autor com eles caminha pela relação entre estética e artefatos, corporeidade, elementos não-humanos, talento humano, processos simbólicos, observação participante, conhecimento tácito, conhecimento empático, intuição, compreensão empática, emoções, sentimento.

Resgatando John Dewey, afirma que este, ao desenvolver sua teoria pragmático-naturalista, chamou a atenção para o fato de que a experiência estética não se restringe à produção no campo das artes; antes, é uma experiência humana que foi abafada pela sociedade moderna. E, ao evocar Chester Barnard, afirma que a abordagem estética também nele se inspirou, notadamente no que diz respeito à dinâmica recíproca entre organização formal e informal. Se as organizações formais são necessárias à ordem e à coerência, as informais o são em relação à vitalidade da organização e à integridade do indivíduo.

A estética, assevera Strati, não diz respeito somente à bela organização, à fascinante atividade, à elegância na prestação de um serviço, mas também aos maus cheiros no local de trabalho, ao barulho, a ocorrências desagradáveis.

Trazendo como exemplo a cadeira como um artefato organizacional, argumenta que culturas de comunidades profissionais e ocupacionais estão

atreladas ao seu *design* e fabricação, estabelecendo redes organizacionais. Argumenta, ainda, que os processos envolvidos na criação de um artefato dizem respeito, não às suas propriedades ontológicas, mas às suas características estéticas. Nas organizações, cadeiras podem, por exemplo, revelar *status*, excluir alguém que chegou atrasado a uma reunião, logo, não é somente um artefato material; é imaterial também.

Para Strati, a estética é o motor da organização. A informação que a estética dá se baseia em processos contínuos de construção, desconstrução e reconstrução simbólica. E mais: privilegia a compreensão empática, ao invés da compreensão causal.

Estreitamente associada à estética está a fenomenologia, uma vez que, ao objetivar descrever as coisas em si mesmas, não está tratando da metafísica, mas de objetos de experiência. O objeto em si depende da consciência que temos dele; não há consciência que não seja de algo, que não seja intencional.

Também há conexão estreita entre estética e conhecimento tácito. As pessoas adquirem o conhecimento tácito da vida organizacional pela ativação de sua percepção e do conhecimento não-intelectual.

Categorias estéticas são: feio, sublime, gracioso, trágico, pitoresco, cômico, sagrado, belo. Nas suas pesquisas empíricas, Strati esclarece que a beleza é a categoria com a qual mais tem trabalhado. É bastante elucidador o relato das entrevistas que fez em suas pesquisas, tanto no que concerne às perguntas formuladas, quanto à forma de formulá-las e as ilações que as respostas permitem.

A arquitetura da empresa como comunicação organizacional, o ambiente físico como metáfora do tempo organizacional, o processo difuso da negociação estética, a organização como exibição visual, a gestão como arte, a ausência de estética dos escritos científicos, estudos culturais, a construção social da estética organizacional são alguns dos temas fecundos que o autor sugere para pesquisas sobre estética nas organizações.

Estudos organizacionais são ricos na revelação de posições epistemológicas e metodológicas que se traduzem na tentativa de compreender e explicar a vida nas organizações. Muitas dessas posições se complementam. No campo específico da estética, várias são lembradas por Strati em seu livro, oferecendo uma teia muito interessante de significados e representações.