

## **A Imagem Fotográfica como uma Questão de Método**

**Ana Silvia Rocha Ipiranga** (UECE) - anasilviaipi@uol.com.br

### **Resumo:**

*Este artigo, de caráter teórico, tem como objetivo discutir a imagem fotográfica como uma questão de método no contexto das Ciências da Administração. Em um primeiro momento e a título de contextualização, descrevemos uma pequena história da fotografia tendo como base o clássico texto de Walter Benjamin. Em seguida, articulamos as abordagens de Barthes, Peirce, Dubois e De France, entre outros, para destacar algumas questões sobre a natureza, as dimensões e os fundamentos da imagem fotográfica. Em um terceiro item, consideramos o posicionamento do pesquisador-fotógrafo como um observador participante para iluminar o problema da observação no contexto da pesquisa visual. Após, esquematizamos uma discussão relativa ao uso da fotografia na pesquisa em Administração, enfatizando suas especificidades ontológicas, epistemológicas e metodológicas, principais abordagens analíticas e áreas de aplicação. Por fim, concluimos o artigo descrevendo as resistências e desafios do uso do método visual na experiência brasileira.*

**Palavras-chave:** *Visualidade, Fotografia, Método, Pesquisa, Administração*

**Área temática:** *GT-19 Metodologias e Práticas Qualitativas de Produção e Análise de Material Audiovisual*

## **Introdução: uma pequena história da fotografia**

Walter Benjamin ([1931] 1994) escreveu no seu famoso ensaio intitulado “Pequena história da fotografia” que foi Leonardo da Vinci um dos primeiros que descreveu os princípios da “*câmera obscura*” (literalmente quarto escuro), no qual era possível para os artistas estudar a realidade projetada, através das características da luz e do delineamento da perspectiva: “a luz entrando num pequeno orifício de uma parede em um quarto escuro forma na parede oposta uma imagem invertida de qualquer coisa que esteja do outro lado” (Collier, Jr. e Collier, 1986, p.7).

No século XVIII as câmeras diminuíram de tamanho de um quarto grande para uma caixa portátil de 60 centímetros com o orifício de observação substituído pelo princípio de lente de fundo. Em 1837, Louis Daguerre (1787-1851), físico e pintor francês, aperfeiçoou a primeira placa sensível a luz, o espelho com memória. Um pouco antes em 1793, o inventor também francês Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833) foi responsável por uma das primeiras fotografias através dos seus experimentos para obter imagens quimicamente gravadas, processo esse que ele chamava de heliografia.

Segundo Benjamin ([1931] 1994), após cinco anos de esforços Niépce e Daguerre alcançaram simultaneamente um resultado de fixar as imagens da câmera obscura. Tendo em vista as dificuldades encontradas pelos inventores para patentear sua descoberta, o estado francês interveio, e após indenizá-los, colocou a invenção no domínio público, criando as condições para um desenvolvimento contínuo e acelerado. Niépce não pode acompanhar o reconhecimento do seu invento, pois faleceu antes. E assim, o daguerreótipo foi o primeiro processo/aparelho fotográfico a ser anunciado e comercializado ao grande público em 1839 que fixava as imagens obtidas na câmara escura numa folha de prata sobre uma placa de cobre (Collier, Jr. e Collier, 1986; Andrade, 2002).

Desde de então, a sociedade contemporânea tem visto uma explosão na prevalência da visualidade que permeia nossas vidas diárias (Debord, 1992). Aceleraram-se, multiplicaram-se os meios tecnológicos, diversificaram-se os produtos baseados na utilização da imagem. Segundo Ribeiro (2004) a indústria cinematográfica, videográfica (do audiovisual) desenvolveu-se, mundializou-se. As câmaras invadiram os laboratórios, estudaram os comportamentos e as culturas, profissionalizaram-se mas também se tornaram lúdicas, brinquedos ou instrumento de pesquisa para um cada vez maior número de utilizadores, tornando-se doravante numa prática ao alcance de todos.

Tendo como estímulo esta pequena história da fotografia, este artigo, de caráter teórico, tem como objetivo discutir a imagem fotográfica como uma questão de método no contexto das Ciências da Administração. Para isso entendemos que torna-se fundamental compreender o processo fotográfico para a partir daí refletir sobre as especificidades ontológicas, epistemológicas e metodológicas da utilização da fotografia na pesquisa em Administração, tanto no contexto internacional como no brasileiro.

### **1. Especificidades ontológicas, epistemológicas e metodológicas da utilização da fotografia**

Para melhor nos situarmos na especificidade ontológica, epistemológica e metodológica da utilização da fotografia no processo de pesquisa, entendemos ser

necessário compreender sua natureza e fundamentos, as quais serão brevemente discutidas a seguir (Ribeiro, 2004).

Segundo Barthes (1984 p.22) a fotografia está no entrecruzamento de dois processos distintos: um é de ordem química que trata da ação da luz sobre certas substâncias. O outro processo é de ordem física ao tratar da formação da imagem através de um dispositivo ótico que envolve duas experiências “a do sujeito olhado e a do sujeito que olha”.

A fotografia, entendida como gênese e processo, é um vestígio resultante do dispositivo fotográfico "a fotografia aparece primeiro como uma impressão luminosa, como um vestígio, fixado sobre um suporte bidimensional sensibilizado por cristais de prata, de uma variação de luz emitida ou refletida por fontes situadas à distância, num espaço a três dimensões" (Dubois, 1991, p. 54).

Compreende-se que a fotografia é uma emanção do referente, de um corpo real, impressão e vestígio como o são as pegadas na praia, o bronzeamento no corpo pelo sol e as impressões digitais nos objetos. Tem, pois, uma especificidade: (a) física e química (efeito químico de uma causalidade física); (b) o estatuto de impressão (luz que atinge uma superfície sensível); e (c) um caráter de testemunho (luz procedente ou refletida do objeto num instante determinado). A fotografia, portanto, transmite informações com o estatuto de testemunha visual da existência de um acontecimento real, num tempo determinado, constitui prova de existência para o conjunto de informações que contém. Prova que estabelece ou estabeleceu, num dado momento, com o referente uma relação de correlação, de contiguidade, de causa – efeito, de co-presença imediata (Ribeiro, 2004).

Nesse sentido, a fotografia pertence à categoria de signos a que Peirce (1999) chamou de *índice*. A relação, que os signos indiciáticos mantêm com o objeto referencial, é sempre regida pelo princípio central de uma conexão física, que implica necessariamente que esta solução seja da ordem da: (a) singularidade (isto aconteceu num tempo determinado – só teve lugar uma vez); (b) do testemunho (reenvia para a existência do objeto – certifica, ratifica, autentica); e (c) da designação (traço demonstrativo e sinalético – indica, sublinha, mostra, aponta, atinge [ver o *punctum* de Roland Barthes, 1984] para uma situação referencial determinada) (Ribeiro, 2004).

Por outro lado, o processo fotográfico é acompanhado de saberes paralelos quer do autor do ato fotográfico (e suas testemunhas) em relação ao próprio ato ou ao objeto fotografado, quer do indivíduo/contexto objeto da fotografia. Na situação de pesquisa, estes saberes paralelos podem e devem ser observados e refletidos para complementarem a informação visual fotográfica, através dos protocolos de experiência, cadernos de campo de registro de informações dos contextos do ato fotográfico e de informações acerca do objeto/contexto ou indivíduo fotografado (Ribeiro, 2004).

Em segundo lugar a fotografia, como imagem fotográfica, além da relação com um acontecido real para o qual aponta (*punctum*) – *índice*, apresenta uma relação de semelhança com o real, que lhe permite descrevê-lo, quase percebê-lo. Estas características a situam na categoria dos *ícones* (Peirce, 1999) ao manter uma relação de semelhança com a realidade do mundo exterior. Para Eco (1987) os signos icônicos não possuem as propriedades do objeto representado, mas reproduzem algumas condições da percepção comum, com base nos códigos perceptivos e selecionando os estímulos que permita construir uma estrutura perceptiva que possua uma base nos códigos da experiência adquirida, o mesmo significado da experiência real denotada pelo signo icônico.

O signo fotográfico é um signo simultaneamente motivado e construído, isto é, deduz o seu sentido da própria coisa e não apenas por convenção, permitindo o

reconhecimento mesmo em culturas em que os estereótipos fotográficos não estão implantados. Denota um percebido, signo quase perceptivo, constrói um modelo de percepção análogo ao da relação perceptiva. Mostra também as opções e escolhas realizadas em termos de posicionamento (local, político, estético, epistemológico) a partir do qual foi construído (Ribeiro, 2004).

Nesse contexto, Schaeffer (1996) considera a imagem fotográfica como uma construção receptiva não estável, possuindo um número indefinido de estados, que se poderão situar ao longo de uma linha contínua polarizada pelo índice e ícone, representando a tensão entre uma função indicial e a sua presença icônica.

Para além dessa tensão polarizada entre o índice e o ícone, Benjamin ([1931] 1994, p. 94) enfatizou que “a natureza que fala à câmera não é a mesma que fala ao olhar”. No ato fotográfico, o espaço trabalhado conscientemente através da câmera é substituído pelo espaço do olhar percorrido inconscientemente pelo fotógrafo. Para o autor, somente a fotografia revela esse “inconsciente ótico”, assim como somente a psicanálise revela o inconsciente impulsional.

Nesse sentido, o estatuto do signo fotográfico parece, pois, ser ambíguo e bivalente, deslocando-se entre o predomínio da função indicial, da função icônica e do inconsciente ótico. Esta ambiguidade e ambivalência relança sem cessar o movimento de interpretação, ou seja, o apelo a novos interpretantes, como será discutido nos próximos itens. O sentido não é captado mas, produzido e construído, em função de um contexto de comunicação ou de pesquisa, por definição plural, polissêmico, transitório e relativo.

Uma terceira dimensão da fotografia consiste no sistema de escolhas que antecede e procede o ato fotográfico. Antes e depois do gesto instantâneo que dá origem à impressão fotográfica, há gestos culturais dependentes de escolhas e decisões durante o processo de pesquisa em campo (Ribeiro, 2004). Antes do ato fotográfico cita-se a intenção e decisão de fotografar, a escolha do tema; a escolha dos tipos de câmara fotográfica, película, objetiva; tempo de exposição, abertura do diafragma, foco; ângulo de tomada de vista, hierarquização da grandeza de planos; “instante decisivo”; o posicionamento (político, ideológico, epistemológico, cultural). E ainda as decisões advindas depois do ato fotográfico: tipo de tratamento, suporte (natureza – papel, tipo de papel, acetato, digital – e formato), trucagem; redes e circuitos de distribuição e difusão; utilização ou uso da fotografia – pesquisa científica, judicial, espionagem, reportagem, documental, de moda, de arte, fotografia como objeto de arte (galerias de fotografia), familiar, etc.

### *1.1 O problema da observação: o fotógrafo como observador participante?*

Collier, Jr. e Collier (1986) afirmam que por diferentes razões, as pessoas que vivem nas atuais sociedades urbanas e mecanicistas não são boas observadoras e a grande capacidade de penetração da câmera pode ajudar a ver mais e de forma mais acurada. Por outro lado, somente a sensibilidade humana pode abrir os “olhos” da câmera de forma significativa. E nesse sentido, enfatizam os autores, para compreendermos a função da câmera na pesquisa, se faz necessário voltar a atenção para a questão da observação. Esta capacidade de visão de conjunto por parte do observador dependerá da proporção de envolvimento dele no seu contexto de pesquisa. E nesse sentido, o pesquisador – fotógrafo se preocupa especialmente com esses processos porque sua pesquisa se faz à vista de todos: “a fotografia não oferece métodos dissimulados para pesquisar um determinado contexto ou comunidade” (Collier, Jr. e Collier, 1986, p. 25).

Retornamos ao ano de 1980 quando Roland Barthes publica o seu clássico livro intitulado *La Chambre Claire. Note sur la photographie*. Neste livro, o autor estabelece

uma relação entre esse processo óptico de reprodução da imagem, qual seja, a câmara clara, também conhecido como a câmara lúcida e, paralelamente, a câmara escura ou fotografia na qual a recepção da imagem e a sua reprodução se fazem mecanicamente, sem interferência humana: “na câmara clara, a mão do homem é indispensável; na câmara escura, ela é abolida”. A partir desse paralelo entre a câmara clara e a obscura, Barthes (1984 p. 12) sugere e enfatiza que sem a intervenção pessoal e subjetiva do observador, que vê na fotografia mais do que o registro realista, ou uma mensagem codificada, a fotografia ficaria limitada ao registro documental.

Adentrando ainda no tempo, Walter Benjamin (1994) no ensaio publicado 1955, “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, descreve através da fotografia de Atget de 1900, a exploração sistemática das velhas ruas de Paris, desertas de pessoas, retratando, por vezes, as imagens de um cidadão comum, mas inquietante: o flâneur. Para Benjamin ([1955] 1994, p.174-175) as fotos parisienses de Atget são as precursoras da fotografia surrealista, se transformando em autos no processo da história. O autor relewa a significação política latente e nascente da fotografia, pois: “Essas fotos orientam a recepção num sentido determinado. A contemplação livre não lhes é adequada. Elas inquietam o observador, que pressente que deve seguir um caminho definido para se aproximar delas.”

Nessa linha de discussão, De France (1998) coloca que a apreensão do sensível a partir das imagens visuais oferece novos suportes aos atos de observar e descrever, possibilitando para o pesquisador-fotógrafo-observador um novo olhar que lhe é dado a ver. Para a autora a noção de observação deve ser entendida num sentido amplo, tendo em vista que as pessoas fotografadas têm consciência da presença explícita do pesquisador-fotógrafo-observador. Admite-se, portanto, a hipótese segundo a qual a observação do pesquisador que usa uma câmara, se distingue radicalmente da observação de um pesquisador naturalista, preocupado mais em se dissimular. As pessoas observadas ao aceitarem serem fotografadas se colocam em cena e são testemunhas da intervenção do pesquisador-fotógrafo-observador. Tanto o *mise en scène* como as intervenções do pesquisador-fotógrafo-observador se manifestam em diversos níveis e à revelia de seus próprios autores: a observação do pesquisador-fotógrafo, “mesmo a mais distante, é sempre ‘participante’ ” (De France, 1998, p. 22).

Para Aumont (1993) não há um olhar inocente. A percepção visual é um processo quase experimental, implicando um sistema de tentativas, a partir do qual são emitidas hipóteses e pressupostos, e em seguida estes são verificados ou anulados. Este sistema de tentativas é largamente determinado pelo nosso conhecimento prévio (saberes laterais), enquanto pesquisadores-observadores: “na nossa apreensão das imagens, antecipamos, agarrando ideias feitas a partir da nossa percepção” (Aumont, 1993, p. 62). A imagem não pode representar tudo, o pesquisador-observador fazendo atuar o seu saber prévio, preenche as lacunas dessa representação a partir das diferentes constelações do saber lateral, que intervêm em qualquer tipo de recepção da imagem, saturando-a, deixando-a indeterminada (Schaeffer, 1996). A ação do observador é projetiva, esta tendência pode por vezes tornar-se excessiva, predomínio da identificação – projeção – transferência, e conduzir a uma interpretação fantasiosa, abusiva ou errônea da imagem. Por outro lado, esta atuação projetiva pode ser trabalhada, regulada pelo observador através da elaboração de esquemas perceptivos, utilizando as capacidades do sistema visual, as capacidades de organização da realidade, a síntese das experiências anteriores, a computação dos dados icônicos anteriores, armazenados na memória em movimentos de aproximação e (auto)distanciamento (Ribeiro, 2004).

Nesse sentido, ver e analisar uma imagem abarca atividades diversas e divergentes que escapam a qualquer descrição geral ou a qualquer gramática de leitura universal

(Schaeffer, 1996). Isto torna-se um obstáculo difícil à comunicação visual ou melhor ao processo da análise ou da argumentação, não ao processo de distanciamento crítico em que o espetacular tem por fim não hipnotizar o espectador - observador mas, pelo contrário “acordá-lo” (Egly, 1986, p. 277). Enfim, isto vai depender também dos processos de construção da mensagem visual e da alfabetização visual do observador nessa relação dinâmica entre o produtor, o texto e a audiência (Bell e Davison, 2013), ou como questionou Benjamin ([1931] 1994, p.107): “o analfabeto do futuro não será quem não sabe escrever, e sim quem não sabe fotografar. Mas, o fotógrafo que não sabe ler suas próprias imagens não é pior que um analfabeto? Não se tornará a legenda a parte mais essencial da fotografia?”

## **2. O uso da fotografia na pesquisa em Administração: questões epistemológicas, abordagens analíticas e áreas de aplicação**

Iniciaremos este item articulando diferentes argumentos propostos por Bell e Davison (2013) que justificam o nascente uso de métodos visuais na pesquisa em gestão e as implicações epistemológicas e ontológicas daí advindas. Em um segundo momento serão apresentadas as principais abordagens analíticas e diferentes métodos de aplicação das imagens visuais, em especial a fotografia, na pesquisa em administração. Para isso, apresentaremos algumas experiências e trabalhos publicados em diversos e prestigiosos livros e periódicos, brasileiros e internacionais, que tiveram como foco o desenvolvimento de pesquisas com o uso de imagens visuais em diferentes áreas da administração, discutindo, em particular, a fotografia como uma questão de método.

Bell e Davison (2013) articularam três grandes grupos de argumentos para justificar a atual onda de pesquisas desenvolvidas com métodos visuais em estudos na administração. O primeiro baseado no argumento da ubiquidade (Banks, 2007), sugere que, devido a saturação visual e o ocular-centrismo que caracteriza a vida organizacional contemporânea, pesquisadores da administração devem estar preparados para adotar os métodos visuais (Meyer, 1991; Warren, 2009; Puyou et al., 2012). Isso inclui a proliferação de práticas visuais e artefatos (Benjamin, [1931] 1994), combinadas com o aumento da prevalência e complexidade das tecnologias digitais na vida organizacional. Conforme anteriormente discutido, essa discussão de Bell e Davison (2013) baseia-se na noção de que a visualidade reflete a lógica cultural da pós-modernidade (Debord, 1992). As autoras ainda enfatizam que este argumento se relaciona com a noção de que as sociedades são formadas por mais imagens do que palavras escritas e, portanto, a capacidade de interpretar dados visuais é de importância crescente (Bell e Davison, 2013).

O segundo grupo de argumentos, para Bell e Davison (2013), implica que a pesquisa visual é um contrapeso necessário para restabelecer o privilégio linguístico que historicamente vem sendo evidenciado na pesquisa organizacional (Holliday, 2001). Este argumento convida pesquisadores a tomar a sério as imagens como objetos legítimos de pesquisa e não apenas como uma ilustração e ou complemento das atividades de construção de significados linguísticos (Rose, 2007). Isso implica também considerar que a comunicação visual é fundamentalmente diferente da comunicação verbal devido ao impacto imediato de natureza multisensorial, combinando razão e emoção (Spencer, 2011). Segundo as autoras, este argumento enfatiza os aspectos epistemológicos da assim chamada “virada visual” (“*visual turn*”) ou “virada pictórica” (Barthes, 1984; Mitchell, 1994), na pesquisa em administração, como um contrapeso para a “virada linguística” (“*linguistic turn*”) (Rorty, 1967). Isto sugere que seja concedido ao significado visual um estatuto equivalente ao significado linguístico, dissipando assim, as resistências ao

desenvolvimento de estudos visuais sobre gestão ao iluminar o seu potencial para a criação de novas formas de conhecimento.

Em terceiro lugar, Bell e Davison (2013) articulam os argumentos provenientes da psicologia para demonstrar o papel da cognição visual e da memória. Para isso, as autoras citam um conjunto de diferentes trabalhos, entre estes, Anderson (1980) e Chater (1999) que observaram a relação entre o processamento de imagem e memória, salientando a importância da estrutura visual para a boa compreensão, ao auxiliar na comunicação de mensagens complexas com simplicidade. Cita-se ainda o efeito *stroop* evidenciado por Lupker e Katz (1982), demonstrando a interdependência da comunicação verbal e visual, conforme, anteriormente, observado por Barthes (1984) e Benjamin ([1931] 1994).

Em um amplo levantamento de trabalhos que realizamos nas principais bases de dados, observamos que alguns autores propõem esquemas que articulam diferentes abordagens, com variadas formas de aplicação e análise dos métodos visuais na pesquisa em administração. Entre estes optamos por apresentar as recentes as discussões organizadas por Ray e Smith (2012) e Bell e Davison (2013).

Bell e Davison (2013) caracterizaram o estado da arte dos estudos em administração que utilizam os métodos visuais, considerando, em um primeiro momento, os fundamentos filosóficos e teóricos que possibilitaram o contínuo desenvolvimento deste campo. Paralelo a isso, as autoras, discutiram sobre as implicações epistemológicas associadas aos modos particulares de análise da evidência não verbal. As autoras organizaram a revisão dessa literatura tendo como base o seguinte esquema:

*a) As abordagens conduzidas em base empírica.*

Estas abordagens focalizaram a atenção nos tipos de técnicas visuais utilizadas e no tipo de dados coletados e análises efetuadas, como, por exemplo: o uso da análise de conteúdo visual (baseada em materiais visuais pré-existentes, caracterizada pela contagem da frequência e codificação; e ou pela análise estatística de grandes amostras) e as elicitções visuais (foto-elicitção) geradas pelo pesquisador; pelo pesquisador-participante; pré-existentes; e ou usada como base para entrevistas e discussão, como as apresentadas por Harper (2002) e Clark-Ibáñez (2004). Nesse contexto, as autoras discutem as implicações epistemológicas problematizando o “mito da transparência”, advindo do privilégio realístico atribuído pelas suposições ontológicas visuais, discussão esta que será aprofundada mais adiante.

Além das técnicas visuais citadas, indicamos ainda o método da “fotografia falada” conforme apresentado no filme intitulado “A Viagem” (1965) veiculado no site “O lugar do Real” (<http://lugardoreal.com/video/a-viagem#click-high>). A fotografia falada é um projeto de salvaguarda da memória e do patrimônio imaterial português. Consiste no registro em vídeo (ou não) de um depoimento e tem como ponto de partida uma fotografia comentada pela pessoa nela retratada. Pede-se que comente a fotografia e fale da época e do contexto familiar, histórico e ou socioeconômico em que foi tirada. Outra abordagem apresentada no site O Lugar do Real é a “fotomemória” que propõe construir um acervo constituído por fotografia documental, entendida como memória de um determinado período e ou século. Estas duas técnicas visuais de coleta e análise poderão serem aplicadas em diferentes contextos e tendo como base diferentes objetivos de pesquisa, inclusive na administração.

*b) As abordagens conduzidas de acordo com o marco teórico, apoiadas por teorias interdisciplinares.*

Para Bell e Davison (2013) os métodos de pesquisa visuais desenvolvidos segundo uma base teórica são úteis ao focalizar a atenção sobre a abordagem empírico-analítica adotada e sobre o tipo de conhecimento gerado, incentivando uma orientação mais

reflexiva, inclusive, na coleta de dados. E nesse contexto, as autoras convidam a um entendimento da visualidade não apenas como uma técnica de estudo, mas como uma lente teórica e uma perspectiva filosófica através da qual as diferentes formas de conhecimento em administração podem ser geradas. Como exemplo, as autoras citam a abordagem teórica da estética e da teoria da arte; da semiótica e retórica (semiótica barthesiana, análise multimodal, retórica visual) e da filosofia ética (Eliade, Habermas e Kristeva). As discussões sobre as implicações epistemológicas foram abordadas a partir das questões da reflexividade, do caráter polissêmico da imagem e da relação dinâmica entre o produtor, o texto e a audiência.

Ray e Smith (2012) com base em uma revisão da literatura observaram que são diversas as formas de aplicação da fotografia na pesquisa em administração. Sendo estas aplicações combinadas e ou articuladas as diferentes abordagens, deslocando-se entre: (a) o papel da fotografia no projeto de pesquisa; (b) enfatizando a orientação epistemológica do pesquisador; (c) entre o papel dos participantes no campo de pesquisa, sejam esses os sujeitos, membros da organização e ou pesquisador; e, ou ainda, (d) abordagens que consideram na análise materiais visuais pré-existentes.

*a) Em relação ao papel da fotografia no projeto de pesquisa.*

Considerando esta abordagem, Ray e Smith (2012) apresentaram diferentes funções, entre estas: a captura de aspectos da realidade que podem ser inventariados e analisados em seus conteúdos, articulando e ou complementando outras metodologias, sejam estas, de natureza qualitativa e ou quantitativa, como por exemplo, a etnografia e suas variantes (como a fotoetnografia, a autoetnografia e a etnografia móvel), o estudo de caso e ou a *grounded theory*. Ou ainda ampliar a exploração, conforme anteriormente discutido, da coleta dos significados fotográficos, através da colaboração com os membros da organização participantes da pesquisa.

*b) Abordagens que privilegiam a orientação epistemológica do pesquisador.*

Para os autores, o uso de fotografias ganha em nível de complexidade quando articulado com a orientação epistemológica do pesquisador (Ray e Smith, 2012). Isto está demonstrado nos trabalhos desenvolvidos, segundo uma abordagem crítica, de Warren (2002; 2008), os trabalhos de base interpretativista de Dougherty e Kunda (1990) e de cunho participativo e emancipatório de Wang e Burris (1997). O uso de fotografias nesses trabalhos realçou diferenças sutis nos *insights* obtidos durante o processo de coleta e da análise da evidência não verbal.

*c) O papel dos participantes no campo de pesquisa.*

Alguns trabalhos, como por exemplo, Heisley e Levy (1991) e Venkatraman e Nelson (2008) incorporaram a fotografia no campo de pesquisa ao considerarem o papel dos participantes, sejam esses os membros da organização ou da comunidade, e ou ainda, o próprio pesquisador. Buchanan (2001) propôs a “foto-descoberta” como um método de pesquisa que encoraja a participação, envolve os pesquisados no diagnóstico de determinados processos, permitindo emergir um posicionamento crítico diante das imagens estudadas. Nessa mesma linha, cita-se o trabalho de Wang e Burris (1997) que relata sobre a técnica fotográfica participativa “*photovoice*” através da qual os membros de uma comunidade utilizam a câmera para documentarem problemas referentes, por exemplo, a saúde pública e ou questões ambientais. Estas imagens fotográficas fornecem a evidência não verbal que após será discutida com os membros da comunidade, promovendo a construção de conhecimentos e refletindo na formulação de políticas públicas.

*d) Abordagens que consideram materiais visuais pré-existentes.*

Os autores evidenciaram ainda, outros estudos que utilizaram a fotografia, mas não estabeleceram específicas relações com o campo empírico da pesquisa como os de



Davison (2010) e Preston e Young (2000), focalizando a análise em materiais visuais pré-existentes, como por exemplo: retratos fotográficos de “CEO” e os trabalhos baseados em fotografias de elites empresariais.

Conforme já referido anteriormente, a discussão relacionada com a obtenção e análise de dados através de fotografias que pode vir realizada (ou não) em conjunto e ou com a participação dos pesquisadores e dos próprios sujeitos da pesquisa, traz algumas reflexões ontológicas, epistemológicas e metodológicas importantes que serão abordadas a seguir.

Segundo Pink (2001) e Bell e Davison (2013) os pesquisadores que adotam uma abordagem metodológica reflexiva consideram as imagens como construções sociais, as quais devem ser exploradas como um produto do encontro entre o pesquisador-participante e demais membros da organização envolvidos na pesquisa. Ao focalizar a natureza socialmente incorporada das imagens e seu inserimento em contextos culturais de produção e consumo, as metodologias reflexivas também procuram reconhecer a ambiguidade das imagens e sua fluidez na atribuição de significados ao longo do tempo, assim como o contexto cultural em que as mudanças ocorrem (Spencer, 2011). Nesse âmbito, Bell e Davison (2013) enfatizam a importância do papel da audiência na construção do significado das imagens e no entendimento de como este pode ser contestado ou mesmo rejeitado. Esta perspectiva inspira-se nos estudos culturais para sugerir que o significado das imagens não é fixo, mas dinâmico e aberto a interpretação contínua como parte de um circuito permanente de comunicação que envolve o autor, o leitor, o texto e a audiência possibilitando, por sua vez, leituras múltiplas, preferidas, negociadas, opositoras e controversas (Hassard e Holliday, 1998; Bell e Davison, 2013).

Retornando a discussão para as abordagens de análise conduzidas em base empírica, conforme esquematizadas por Bell e Davison (2103), Vince e Warren (2012) sugerem três formas de análise e interpretação de informações fotográficas na pesquisa nas organizações, entre estas: a) análise de conteúdo; b) a análise temática; e c) uma abordagem híbrida.

*a) A análise de conteúdos visuais.*

Além de Collier Jr. e Collier, (1986) são muitos os pesquisadores que afirmam que um primeiro passo importante em qualquer análise fotográfica seja, inventariar ou catalogar detalhadamente os variados conteúdos e diferentes elementos visualizados, como, por exemplo: contextos, *layout*, organização de espaços, luz da imagem, o olhar dos rostos e a expressão facial, processos, artefatos e atividades realizadas, imagens de objetos, arquiteturas, equipamentos e documentos, etc (Banks, 2007; Dougherty e Kunda, 1990).

Para Vince e Warren (2012) os conteúdos, objetos, elementos e dimensões visualizados em uma fotografia são tratados e organizados em termos de frequência/categorização da mesma forma que as frequências/categorizações de palavras são tratadas e organizadas na análise de conteúdo textual. Para os autores, esta abordagem de inventário pode ser útil por que um pesquisador pode verificar os detalhes em uma fotografia que foram vistos sem importância para os membros participantes. Os autores ainda propõem que este trabalho de catalogação da análise de conteúdo poderá ser feita com o auxílio de um programa de *software*, possibilitando a fácil identificação dos elementos visualizados nas imagens.

*b) A análise temática visual.*

Em relação a aplicação da análise temática, esta focaliza-se na interpretação dos conteúdos manifestos e latentes, indo além da contagem das frequências e catalogações dos objetos e dimensões, incorporando construções de teorias existentes e ou temas/categorias emergentes que surgem durante o desenvolvimento de pesquisa. Para os

autores, estes temas podem surgir a partir de padrões analisados nas imagens, nas notas de campo, na discussão de entrevistas e ou durante as análises visuais (Banks, 2007; Vince e Warren, 2012; Dougherty e Kunda, 1990; Swan, 2010).

c) *A abordagem híbrida de análise visual.*

A abordagem híbrida inclui uma variedade de métodos, possibilitando *insights* para a questão inicial de pesquisa e durante o processo de construção teórica e empírico-analítico, envolvendo, por exemplo, a identificação de *photosets* temáticos comparando e auxiliando na identificação de padrões contrastantes entre as fotografias; o desenvolvimento de um *scrip* híbrido, incluindo fragmentos textuais e imagens fotográficas (fílmicas, hipertextuais e ou hipermediáticas); e ou ainda com a inclusão dos sujeitos/participantes/membros da organização na pesquisa para colaborar nas conclusões emergentes (Vince e Warren, 2012).

Deslocando a discussão para as áreas de aplicação de métodos visuais em pesquisa nas ciências sociais e sociais aplicadas, Ray e Smith (2012) relatam que, em particular na sociologia e na antropologia, e mais recentemente, em marketing, contabilidade e operações, esta aplicação intensificou-se desde que Howard Becker (1974) instigou sobre a necessidade de uma abordagem mais interpretativa para as imagens, na qual estas devem ser construídas tanto tecnicamente, como socialmente. Além disso, os pesquisadores da área crítica dos estudos organizacionais têm destacado o papel do observador participante e o potencial emancipatório da abordagem metodológica através de imagens visuais, entre estas, em especial as fotografias (Wang e Burris, 1994; Warren, 2005).

Bell e Davison (2013) corroboram com estas colocações quando afirmam que o campo da pesquisa visual em administração de forma ampla (incluindo fotografias, pinturas, gravuras e gráficos, logos e marcas, mapas e diagramas, videos e filmes, *cartoons*, desenhos, páginas da *web* interativas, multi e *hypermedia*, unidimensional, tri-multidimensionais, *4D printing systems*, arquitetura e moda, etc.) está se desenvolvendo rapidamente, tendo atingido um ponto de maturidade ao incorporar o trabalho de várias subáreas, como por exemplo, contabilidade, geralmente com disciplinas menos qualitativas, mas que vem tendo um surpreendentemente rico *corpus* em desenvolvimento da pesquisa visual, recursos humanos, estudos organizacionais, publicidade, como um subconjunto de marketing e pesquisa de comportamento do consumidor, turismo e tecnologia da informação.

Estudos visuais aplicados nestas diferentes subáreas da administração abordam temas que variam desde da identidade corporativa à gestão da marca (Schroeder, 2005); das representações visuais construídas de liderança corporativa (Davison, 2010); desde de questões ideológicas, como gênero (Kuasirikun, 2010) perpassando pelos temas da diversão durante o trabalho (Warren, 2002); da memorização da morte organizacional (Bell, 2012); das relações entre a fotografia, a estética e compreensão da vida organizacional (Strati, 2000); e, por fim, os temas articulados no campo da confiança e contabilidade (Davison, 2007). Bell e Davison (2013) refletem ainda que a pesquisa visual propõe campos de estudos que foram negligenciados por pesquisadores de gestão, como por exemplo, formas de *embodiment* (Emmison e Smith, 2000). Os autores discutem, por outro lado, diferentes percepções relativas aos temas já estabelecidos, tais como a marca corporativa, discussões estas que não podem ser acessadas, unicamente, através da língua escrita e ou verbal (Davison, 2010; Bell e Davison, 2013).

Nesse contexto, Ray e Smith (2012) elaboraram um contraponto ao afirmarem que apesar dos avanços do uso de fotografias nas citadas áreas da administração, os autores evidenciam que, sobretudo, a área da estratégia, esta ainda não se apropriou plenamente dos benefícios desse instrumento metodológico (Jarzabkowski, 2005). Nessa mesma linha de discussão, Edmondson e McManus (2007) corroboram com Ray e Smith (2012)

ao enfatizarem que são muitas as áreas de pesquisa organizacional que se beneficiariam com a articulação metodológica de fotografias, como atestam diversos e variados trabalhos (Meyer, 1991; Buchanan, 2001; Harper, 2005; Warren, 2009; Vince e Warren, 2012). Dentre estes, os autores sugerem pelo menos três campos de pesquisa organizacional nos quais os métodos fotográficos poderiam atender às necessidades de desenvolvimento de teoria, entre estas, as pesquisas relacionadas aos temas da estratégia como prática e da identidade organizacional.

Especificamente na área da pesquisa em estratégia alguns autores (Kellermanns, et al., 2005; Buchanan, 2001; Ray e Smith, 2012) sugerem diversos exemplos de articulações temáticas em pesquisa relacionadas ao tema do consenso, processo de implementação, resultados e desempenho estratégico que poderão fornecer novos *insights* a partir do uso de uma abordagem metodológica visual. Eventos organizacionais que ocorrem em diferentes níveis hierárquicos, baseados nas atividades do dia a dia das pessoas e na construção de processos ao longo dos anos como os relacionados aos campos da estratégia como prática, da identidade e da cultura organizacional, poderiam também serem beneficiados a partir da articulação de métodos visuais de pesquisa, alguns autores exemplificaram estas questões na pesquisa, entre estes: Corley et al., (2006) e Buchanan (2001).

Para Ray e Smith (2012) e não obstante estas possibilidades, a pesquisa com fotografias ainda representa um método subutilizado viável e assim, os autores propõem que o seu uso seja plenamente incorporado no *kit* de técnicas metodológicas de estudiosos em administração. Contudo, Bell e Davison (2013) advertem que os métodos visuais não devem ser entendidos simplesmente como um meio técnico para coleta de dados, ou uma ferramenta adicional em um '*kit* de técnicas' do pesquisador em administração. Para as autoras, o método visual deve ser entendido como um modo de análise que implica uma visão epistemológica e ontológica distintiva. Como anteriormente colocado, as autoras problematizaram estas questões tendo como referência as implicações epistemológicas do “mito da transparência” advindo do privilégio realístico das suposições ontológicas visuais.

Segundo Bell e Davison (2013) estas suposições podem gerar perspectivas realistas ingênuas a partir das quais os dados de imagem são interpretados, apresentado-se como uma janela sobre a verdade (Pink, 2001). Para as autoras, isso vale, sobretudo, quando no uso de fotografias. Pois, a sua veracidade ou realismo percebidos podem levar à presunção de que estas fornecem uma "prova incontestável de que uma determinada coisa aconteceu" (Sontag, 1986, p. 5; Barthes, 1984). O mito da transparência encoraja, assim, uma epistemologia realista que assume que as imagens capturam algo que são objetivamente observáveis e real. E nesse sentido, as autoras tecem um alerta crítico a este “privilégio ontológico do visual”, como um reflexo da realidade que é particularmente associado com abordagens empíricas para estudos visuais sobre gestão (Bell e Davison, 2013).

No sentido de problematizar esta discussão sobre o privilégio ontológico do visual, citamos os professores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Tiburi e Achutti (2012). Os autores focalizaram a relação entre fotografia e o tempo, aproximando a fotografia da literatura e afirmando que as narrativas imagéticas não são histórias em sentido positivista, mas são “ações em nome da memória”. A fotografia remete a uma memória não apenas em termos de um tempo que já passou mas, também como um dispositivo que aciona em nós uma ideia de tempo e uma experiência intelectual e intuitiva desse tempo (Tiburi e Achutti, 2012, p. 60-61).

Nessa linha de discussão, os autores refletem a fotografia em relação a “um tempo que se diz memória”, propondo alguns pontos que podem ser considerados na construção

de uma narrativa imagética: i) a composição de arquivos a partir dos recortes fotográficos que reflitam uma memória básica; ii) na consideração de uma memória que vem do olhar, do fotógrafo como testemunho. E nesse sentido, a interpretação (o recorte, o ângulo) é o lugar onde acontece a narrativa que nos faz saber que aquilo que estava acontecendo só pode ser sabido por haver alguém ali para contar; iii) por último, o nível mais profundo da memória, relacionado a questão levantada por Walter Benjamin desse olho que “mais-vê”, “ver-além” do fotógrafo que delineia um vestígio, um sinal, um rastro (no sentido do inconsciente ótico benjaminiano e do índice segundo Peirce) que não importa ao poder ou as instituições, ao estar referenciado na singularidade que escapa à ação universal.

Por fim os autores afirmam que a fotografia traduz o mundo em um linguagem que é “o fotográfico”, no sentido de que a câmera e o olhar do fotógrafo só nos dão uma relação com o real, nunca o real (Tiburi e Achutti, 2012, p. 83).

### **3. O uso do método visual na pesquisa em Administração no Brasil**

Apesar das vantagens metodológicas até aqui discutidas e dos apelos de diferentes autores para mais metodologias visuais na pesquisa organizacional, a relativa escassez de estudos no Brasil que incorporam métodos de pesquisa visuais nas ciências administrativas é surpreendente, dada aos muitos benefícios desse método.

Particularmente no Brasil, um amplo e consolidado campo de estudos refere-se aos trabalhos que discutiram o imagético, sejam estes visuais e ou outras formas artísticas, além da fotografia, como o cinema, o teatro, os quadrinhos, os desenhos, o *design*, etc., enquanto recursos didáticos no ensino e na aprendizagem em administração (Wood, 2001; Ipiranga, 2005; 2007; 2012; Mageste et al., 2006; Davel, Vergara e Ghadiri, 2007; Fleury e Sarsur, 2007; Carvalho et al., 2007; Machado e Ipiranga, 2011; Machado e Matos, 2012).

Porém, são ainda poucos os autores que foram além da função ilustrativa (Schaeffer, 1996) das imagens em seus trabalhos, e que têm desenvolvido pesquisas que se distinguiram pelo posicionamento epistemológico e metodológico com o uso de imagens visuais em administração e envolvendo diferentes abordagens.

Com base em um levantamento nas principais bases de dados, avalia-se que a década 2000 pode ser considerada como emblemática para marcar no tempo o desenvolvimento de pesquisas visuais no contexto da administração no Brasil.

No ano de 2005, a pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Neusa Rolita Cavedon, publicou uma pesquisa pioneira intitulada “Fotoetnografia: a união da fotografia com a etnografia no descortinamento dos não ditos organizacionais”. O estudo teve como objetivo discutir a utilização da fotoetnografia em pesquisas realizadas no contexto administrativo/organizacional, evidenciando a interlocução da abordagem da antropologia visual com a administração.

Seguindo este primeiro trabalho de caráter ensaístico, um número razoável de pesquisas visuais, inclusive de natureza empírica, foi apresentado em diferentes eventos científicos brasileiros. Em 2006, nos Anais do IV Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, sobressai-se o trabalho intitulado “As contribuições da antropologia visual para os estudos de cultura organizacionais” (Cavedon, Caballero; Santos, 2006) que descreveu, através de imagens fotográficas, a cultura organizacional de um sebo da cidade Porto Alegre. A ênfase dada pelos pesquisadores iluminou as discussões sobre a sociabilidade existente no local, realçando o caráter ambíguo e polissêmico das imagens, ao afirmar como o imagético tende a conduzir o olhar de quem vê as fotografias para outras significações.

Ainda em 2006, no X Colóquio Internacional sobre o Poder Local foi apresentado o trabalho de Ipiranga et al., (2006), intitulado “Um passeio no espaço e no tempo: o desvelar da identidade da cidade de Fortaleza através da antropologia visual”. O trabalho objetivou descrever as identidades de espaços centrais da cidade de Fortaleza, restringidos nos espaços conjugados entre 3 (três) praças - o Passeio Público, a Praça do Ferreira e a Praça José de Alencar, através da composição de imagens fotográficas históricas e contemporâneas. Essa pesquisa de caráter interdisciplinar, utilizou diferentes técnicas e abordagens como a antropologia visual com ênfase na fotografia, a etnografia de rua, a observação participante e os diários de campo.

Observam-se que as experiências brasileiras em pesquisa com o uso de métodos visuais transitam entre as áreas dos estudos organizacionais, envolvendo as temáticas da cultura, identidade, artefatos e artesanato (Cavedon, 2005; Cavedon, Caballero e Santos, 2006; Gondim, 2007; Félix, 2008; Amaral, 2013; Zian, 2013), do *design*, (Mazza, Ipiranga e Freitas, 2006), do gênero (Magestes et al., 2006), e do marketing, sobretudo, referenciando uma significativa quantidade de trabalhos que utilizaram como campo de pesquisa páginas interativas da *web*, com imagens pré-existentes, foto-elicitação, ao discutir temas relacionados a propaganda e publicidade, *e-commerce* e do consumo (Amaral e Nique, 2000; Mendonça et al., 2004 e 2007; Suarez et al., 2009; Santos et al., 2011).

Mais recentemente, análises de materiais visuais com o apoio das tecnologias digitais (fotografia e vídeo) têm sido utilizados em espaços organizacionais complexos e abertos, como as cidades, entre estes: Ipiranga e Teixeira (2013) que descreveram a partir da constituição de um acervo de imagens fotográficas, fragmentos da cultura da rua Frei Caneca na cidade de São Paulo; o trabalho de Carvalho e Mendes (2013) no contexto da gestão social urbana em uma área periférica também na cidade de São Paulo; o trabalho de Gois (2014) que desenvolveu um estudo etnográfico visual focalizando o trabalho de artistas de rua. Por fim, o trabalho de Teixeira e Cavedon (2015) no qual os autores buscaram revelar aspectos da cultura de um albergue noturno, focalizando a questão da população de rua através do imagético.

Contudo, passados mais de 10 anos das primeiras publicações e apesar das significativas contribuições citadas acima, percebe-se que a tendência do desenvolvimento de pesquisas em administração com o uso de imagens no Brasil ainda “recai para o conservadorismo”, conforme sublinhou Neusa Cavedon em 2005, no sentido que o administrador/pesquisador ainda resiste em se aventurar pelos caminhos da linguagem visual enquanto método.

## **Referências**

- AUMONT, J. **A Imagem**. Campinas: Papirus, 1993.
- AMARAL, R. “O Boi e a Pedra. Duas temporadas de residência artística na Casa Fanti Ashanti”. **Revista Interdisciplinar de Gestão social (RIGS)**, 2, 2, 207-233, 2013.
- AMARAL, B. L. do; NIQUE, W. M. “E-Commerce: atributos determinantes na utilização da Internet como canal de compra”. Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração, 24, 2000, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2000.
- ANDERSON, J. **Cognitive Psychology and its implications**. San Francisco: Freeman, 1980.
- ANDRADE, R. De. **Fotografia e Antropologia**. Olhares fora-dentro. São Paulo: Estação Liberdade, EDUC, 2002.

- BANKS, M. **Using visual data in qualitative research**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.
- BARTHES, R. **A Câmara Clara**. Nota sobre fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BECKER, H. S. "Photography and sociology". **Studies in the Anthropology of Visual Communication**, 1, 3-26, 1974.
- BELL, E. "Ways of seeing death: A critical semiotic analysis of organizational memorialization". **Visual Studies**, 27, 4-17, 2012.
- BELL, E.; DAVISON, J. "Visual Management Studies: Empirical and Theoretical Approaches". **International Journal of Management Reviews**, 15, 2, 167-184, 2013.
- BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, Arte e Política**. Ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras escolhidas, v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BUCHANAN, D. A. "The role of photography in organization research: A reengineering case illustration". **Journal of Management Inquiry**, 10, 2, 151-164, 2001.
- CARVALHO, J.L.F.; IORIO, V.; SALIS, F. A. "O estudante de administração como documentarista cinematográfico". Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CARVALHO, M. Do C. B.; MENDES, P. B. M. T. "Gestão Social Urbana: Negociação e Participação de seus Habitantes". **Revista Interdisciplinar de Gestão social (RIGS)**, 2, 2, 207-233, 2013.
- CLARK-IBAÑES, M. "Framing the social world with photo-elicitation interviews". **The American Behavioral Scientist**, 47, 12, SageThousand Oaks, 1507-1527, 2004.
- CAVEDON, R. N. "Fotoetnografia: a união da fotografia com a etnografia no descortinamento dos não-ditos organizacionais". **Organização & Sociedade – O&S**, 12, 35, 13-27, 2005.
- CAVEDON, R. N., BABALLERO, I. N. V.; SANTOS, R. D. "As contribuições da antropologia visual para os estudos de culturas organizacionais". Encontro Nacional de Estudos Organizacionais, 4, 2006, Porto Alegre. **Anais....** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.
- COLLIER, Jr. J.; COLLIER, M. **Visual Anthropology**. Photography as a research method. University of New Mexico Press, 1986.
- CORLEY, K. G., HARQUAIL, C. V., PRATT, M. G., GLYNN, M. A., FIOL, C. M.; HATCH, M. J. "Guiding organizational identity through aged adolescence". **Journal of Management Inquiry**, 15, 85-99, 2006.
- DAVEL, E.; VERGARA, S. C.; GHADIRI, D. P. (Orgs.) **Administração com Arte**. Experiência vividas de ensino-aprendizagem. São Paulo: Atlas, 2007.
- DAVISON, J. "Photographs and accountability: Cracking the codes of an NGO". **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, 20, 133-158, 2007.
- DAVISON, J. "[In]visible [in]tangibles: Visual portraits of the business elite". **Accounting, Organizations and Society**, 35, 165-183, 2010.
- DEBORD, G. **Society of the spectacle**. London: Rebel Press, 1992.
- DE FRANCE, C. **Cinema e Antropologia**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1998.
- DOUGHERTY, D.; KUNDA, G. "Photograph analysis: A method to capture organizational belief systems". GAGLIARDI, P. (Ed.). **Symbols and artifacts: Views of the corporate landscape**. New York: Aldine de Gruyter, 185-206, 1990.
- DUBOIS, P. **O Acto Fotográfico**. Lisboa: Vega, 1991.
- ECO, H. **A Estrutura Ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

- EDMONDSON, A. C.; McMANUS, S. E. "Methodological fit in management field research". **Academy of Management Review**, 32, 1155-1179, 2007.
- EGLY, M. "Notas sobre a utilização da imagem no Ensino à Distância". In: **DIMED 8**, 1986.
- EMMISON, M.; SMITH, P. **Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry**. London: Sage, 2000.
- FELIX, W. J. S. "Valei-me meu Padim". Um estudo sobre a cultura, os "negócios da fé" e o desenvolvimento sócio-territorial de Juazeiro do Norte. 2008. **Dissertação** (Mestrado em Mestrado Acadêmico em Administração) - Universidade Estadual do Ceará, 2008.
- FLEURY, M. T. L.; SARSUR, A. M. "O quadro-negro como tela: o uso do filme Nenhum a menos como recurso de aprendizagem em gestão por competências". **Cadernos EBAPE.BR** (FGV), V, 1-17, 2007.
- GOIS, P. de. "Etnografia: a arte na rua". **Revista Interdisciplinar de Gestão social - RIGS**, 3, 1, 159-160, 2014.
- GONDIM, R. V. O Protagonismo Comunitário dos Moradores da Prainha do Canto Verde na Mobilização do Capital Social para o Desenvolvimento Local: evidências empíricas e imagéticas. 2007. **Dissertação** (Mestrado em Mestrado Acadêmico Em Administração) - Universidade Estadual do Ceará, 2007.
- HARPER, D. "What's new visually?" N. K. Denzin; Y. S. Lincoln (Eds.), **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks, CA: Sage, 747-762, 2005.
- HARPER, D. "Talking about pictures: a case for photo-elicitation". **Visual Studies**, 17, 1, 13-26, 2002.
- HASSARD, J.; HOLLIDAY, R. (eds), **Organization Representation: Work and Organizations in Popular Culture**, London: Sage, 1998.
- HEISLEY, D. D.; LEVY, S. J. "Autodriving: A photoelicitation technique". **Journal of Consumer Behavior**, 18, 257-272, 1991.
- HOLLIDAY, R. "We've been framed: Visualising methodology". **Sociological Review**, 48, 503-521, 2001.
- IPIRANGA, A. S. R. "A narração fílmica como instrumento de ação formativa: um enfoque semiótico". **Organização & Sociedade – O&S**, 12, 32, 13-164, 2005.
- IPIRANGA, A. S. R.; FELIX, W. J. S.; CAMPOS, E. M.; CAMPOS, S. B. "Um Passeio no Espaço e no Tempo: o Desvelar da Identidade da Cidade de Fortaleza através da Antropologia Visual". Colóquio Internacional sobre Poder Local, 10, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: CIAGS - Centro Interdisciplinar de Desenvolvimento e Gestão Social, 2006.
- IPIRANGA, A. S. R. A. "Narração Fílmica no Ensino de Gestão de Pessoas e de Comportamento Organizacional". DAVEL, E.; VERGARA, S. C.; GHADIRI, D.P.. (Org.). **Administração com Arte: experiências vividas de ensino e aprendizagem**. São Paulo: Atlas, 81-91, 2007.
- IPIRANGA, A. S. R. Prefacio. MACHADO, D. de Q.; MATOS, F. R. N. (Orgs.). **Estudos observacionais em linguagem fílmica**. Curitiba, PR: CRV, 2012.
- IPIRANGA, A. S. R.; LOPES, L. L. S.; SOUZA, E.M. "A experiência estética nas práticas culinárias de uma organização gastronômica". **Organizações & Sociedade** (Online), 23, 191-210, 2016.
- IPIRANGA, A. S. R.; TEIXEIRA, M. L. M. "Fragmentos da Cultura da Cidade: imagens dos espaços intermediários da rua Frei Caneca". Seminário Internacional Imagens da Cultura e Cultura das Imagens, 9, 2013, São Paulo. **Anais...** ICCI. São Paulo: USP, 2013.

- JARZABKOWSKI, P. **Strategy as practice: An activity-based approach**. London: Sage, 2005.
- KELLERMANN, F., WALKER, J., LECHNER, C.; FLOYD, S. "The lack of consensus on strategic consensus: Advancing theory and practice". **Journal of Management**, 31, 719-737, 2005.
- KUASIRIKUN, N. "The portrayal of gender in corporate annual reports in Thailand". **Critical Perspectives on Accounting**, 22, 53-78, 2010.
- LUPKER, S. J.; KATZ, A. N. "Can automatic picture processing influence word judgements?" **Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition**, 8, 418-434, 1982.
- MACHADO, D. De Q.; IPIRANGA, A. S. R. "Os Coletores": Um Estudo Observacional dos Princípios e Dilemas Bioéticos no Contexto Humano das Organizações". Seminários em Administração, 2011, São Paulo. **Anais.... SEMEAD**. São Paulo: FEA - USP, 2011.
- MACHADO, D. de Q.; MATOS, F. R. N. **Estudos observacionais em linguagem fílmica**. Curitiba, PR: CRV, 2012.
- MAGESTES, G. S.; MENDES, E. L.; CAPELLE, M. C. A. "Mulher, trabalho e cinema: representações do trabalho feminino no cinema brasileiro". Encontro Nacional de Estudos Organizacionais, 3, 2006, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ANPAD, 2006.
- MAZZA, A. C. A.; IPIRANGA, A. S. R.; FREITAS, A. A. F. "O design, a arte e o artesanato deslocando o centro". **Cadernos EBAPE.BR (FGV)**, 5, 01-11, 2007.
- MENDONÇA, J.R.C.; VIANA, M.F.T. "Entrevista com foto-elicitação (EFE): O uso de métodos visuais para o estudo do ambiente físico nas organizações". I Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, 2007, Recife. **Anais...** Recife, ANPAD, 2007
- MEYER, A. D. "Visual data in organizational research". **Organization Science**, 2, 218-236, 1991.
- MITCHELL, W. J. T. **Picture Theory**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1994.
- PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- PRESTON, A. M.; YOUNG, J. J. "Constructing the global corporation and corporate constructions of the global: A picture essay". **Accounting, Organizations and Society**, 25, 427-449, 2000.
- PINK, S. **Doing Visual Ethnography**. London: Sage, 2001.
- PUYOU, F.-R., QUATTRONE, P., McLEAN, C.; THRIFT, N. (eds.). **Imagining Organizations: Performative Imagery in Business and Beyond**. (eds.) London: Routledge, 2012.
- RAY, J. L.; SMITH, A. D. "Visual photographs to research organizations: evidence, considerations, and application in field study". **Organizational Research Methods**, 15, 2, 288-315, 2012.
- RIBEIRO, J. Da S. **Antropologia Visual**. Da minúcia do olhar ao olhar distanciado. Cidade do Porto: Edições Afrontamento, 2004.
- RORTY, R. **Philosophy and the Mirror of Nature**. Princeton: Princeton University Press, 1979.
- ROSE, G. **Visual Methodologies**. London: Sage, 2007.
- SANTOS, I. Q.; AMARAL, W. N.; GORDIANO, E. C. S.; FREITAS, A. A. F.; IPIRANGA, A. S. R. "A Imagem do Idoso na Propaganda Televisiva e sua Relação com o Consumo na Terceira Idade". VII Seminário Internacional Imagens da Cultura e Cultura das Imagens, 2011, São Paulo - SP. **Anais.... ICCI**. Porto - Portugal, 2011.



- SARAIVA, V. M. L. L.; IPIRANGA, A. S. R. “Beco da Poeira”: Imagens da Cultura e do Ritual de Vendas. VII Seminario Internacional Imagens da Cultura e Cultura das Imagens, 2011, Porto. **Anais.... ICCI**. Porto – Portugal, 2011.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. **A Imagem Precária**: sobre o dispositivo fotográfico. Campinas: Papirus, 1996.
- SCHROEDER, J. E. “The artist and the brand”. **European Journal of Marketing**, 39, 1291-1305, 2005.
- SONTAG, S. **Ensaio sobre Fotografia**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1986.
- SPENCER, S. **Visual Research Methods in the Social Sciences**. London: Routledge, 2011.
- STRATI, A. “Putting People in the Picture: Art and Aesthetics in Photography and in Understanding Organizational Life”. **Organizations Studies**, 21, 10, 53-69, 2000.
- SUAREZ, M. C.; MOTTA, P. C.; BARROS, C. Consumo e castigo: um retrato das relações de consumo no seriado “A Diarista”. Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD), 33, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2009.
- SWAN, E. “Commodity diversity: Smiling faces as a strategy of containment”. **Organization**, 17, 77-100, 2010.
- TEIXEIRA, R.; CAVEDON, N. R. “Vida Errante? ”, **Revista Interdisciplinar de Gestão social - RIGS**, 4, 1, 97-113, 2015.
- TIBURI, M.; L. E. ACHUTTI. **Diálogo Fotografia**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012.
- VENKATRAMAN, M.; NELSON, T. “From servicescape to consumptionscape: A photo-elicitation study of Starbucks in the New China”. **Journal of International Business Studies**, 39, 1010-1026, 2008.
- VINCE, R.; WARREN, S. “Participatory visual methods”. C. Cassell; G. Symon (Eds.), **The practice of qualitative organizational research: Core methods and current challenges**. London: Sage, 2012.
- WANG, G.; BURRIS, M. “Photovoice: concept, methodology and use for participatory needs assessment”. **Health Education & Behavior**, 24, 3, 369-387, 1997.
- WARREN, S. “Show me how it feels to work here: Using photography to research organizational aesthetics”. **Ephemera**, 2, 224-245, 2002.
- WARREN, S. “Empirical challenges in organizational aesthetics research”. **Organization Studies**, 29, 559-580, 2008.
- WARREN, S. “Visual methods in organizational research”. D. A. Buchanan & A. Bryman (Eds.), **Handbook of organizational research methods**. London: Sage, 566-582, 2009.
- WOOD, T. Metáforas espetaculares: do dramatismo teatral ao dramatismo cinematográfico. Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação, 2001, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2001.
- ZIANI, B. “Tempo de Bordar”. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social - RIGS**, 2, 3, 191-203, 2013.