

**A FENOMENOLOGIA NO CAMPO DA PESQUISA ORGANIZACIONAL: análise da produção científica veiculada nacionalmente no período de 2000 a 2014**

**ANA CLAUDIA AFRA NEITZKE**

Universidade Federal do Paraná - UFPR  
anaafraneitzke@hotmail.com

**ADRIANO FURTADO HOLANDA**

Universidade Federal do Paraná - UFPR  
aholanda@yahoo.com

## **Área temática: Ensino e Pesquisa em Administração**

### **A FENOMENOLOGIA NO CAMPO DA PESQUISA ORGANIZACIONAL: análise da produção científica veiculada nacionalmente no período de 2000 a 2014**

#### **RESUMO**

A fenomenologia propõe uma nova forma de perceber, compreender e interpretar o mundo social. A apropriação dos constructos filosóficos da fenomenologia mostra-se como uma oportunidade ao desenvolvimento de novos estudos no campo organizacional, pautados por uma lente investigativa alternativa. Em adição, a heterogeneidade das práticas de pesquisa configura-se como o resultado de distintos pressupostos filosóficos, que legitimam o desenvolvimento de um corpo singular de conhecimentos. A pesquisa em pauta foi desenvolvida tendo o intuito de investigar o estado da arte dos estudos organizacionais sob a lente da fenomenologia, veiculados nacionalmente no período de 2000 a 2014. Pontualmente, foram mapeadas as relações de autoria, a tipologia dos estudos realizados, os principais modelos empregados da fenomenologia e a diligência para a transposição da fenomenologia para os estudos organizacionais. As análises realizadas permitiram a constatação de que existe um esforço para incorporar os axiomas da fenomenologia em pesquisas organizacionais. Todavia, o esforço dos pesquisadores ainda está direcionado à transposição do método filosófico para o contexto das ciências sociais aplicadas. Ademais, a presença de estudos fenomenológicos nesse campo instiga o desenvolvimento e o aperfeiçoamento dos métodos já referenciados na literatura, num processo de busca por novas percepções aos fenômenos e, conseqüentemente, por novos conhecimentos.

Palavras-chave: Fenomenologia. Pesquisa Organizacional. Abordagem Fenomenológica.

#### **ABSTRACT**

Phenomenology proposes a new way to perceive, understand and interpret the social world. The appropriation of the philosophical constructs of phenomenology shows opportunities to develop new studies in the organizational field, guided by an alternative investigative point of view. In addition, the heterogeneity of research practices appears as the result of different philosophical assumptions that legitimize the development of a unique body of knowledge. The research agenda was developed with the aim of investigating the state of the art of organizational studies through the point of view of phenomenology, published from 2000 to 2014 in the Brazilian literature. Specifically, were mapped relations of authorship, types of studies and, both the main models employed by the phenomenology and the diligence to the transposition of phenomenology for organizational studies. The study allowed concluding that there is an effort to incorporate the axioms of phenomenology in organizational research. However, the efforts of researchers are still directed to the philosophical method transposition to the context of applied social sciences. Moreover, the presence of phenomenological studies in this field encourages the development and improvement of the methods already reported in the literature, a search process for new insights to phenomena and, therefore, for new knowledge.

Keywords: Phenomenology. Organizational Research. Phenomenological approach.

## Introdução

A internacionalização dos ambientes organizacionais aliada à globalização dos mercados, qualifica maior dinamicidade aos processos internos institucionais e como consequência, a análise organizacional torna-se um mecanismo complexo (Lewis, 2000). A forma de capturar e interpretar a realidade está entrelaçada ao paradigma ao qual o pesquisador vincula-se, que fornece os preceitos básicos para a edificação das análises e inferências da investigação; assim, os paradigmas de pesquisa fornecem implicações para a análise social (Burrell & Morgan, 1979).

A pesquisa gerencial, ainda no cenário contemporâneo, recebe fortes influências da vertente positivista (Schurink, 2003); na mesma direção, Burrell e Morgan (1979) relatam que recorrentemente pesquisadores se referem ao positivismo assemelhando-o a dimensões ontológicas, epistemológicas ou mesmo, metodológicas. Na percepção desses autores, o positivismo configura-se como um tipo singular de epistemologia, tendo o intuito de explicar e prever a realidade social. Por sua vez, o neopositivismo admite a existência de uma realidade que pode ser apreendida precisamente pelo pesquisador, desde que possa haver um distanciamento entre observador e seu objeto (Alvesson & Sandberg, 2013).

Reconhecendo a tendência que cada pesquisador tem de defender suas ideologias, tendo por base os pressupostos ontológicos congruentes a sua corrente do pensamento, Chua (1986) relata que na Contabilidade não há a tradição de teorizar como um processo social construído, ou seja, vivido pelos indivíduos; a realidade faz-se retratada como se houvesse um distanciamento entre teoria e o objeto pesquisado. Nesses termos, assume-se a existência de uma realidade concreta, experiencial, mesmo que não se negue o fato da mesma poder ser construída socialmente, tal qual defendem Berger e Luckmann (1994).

As Teorias Organizacionais e Gerenciais são postas em discussão por Smith e Lewis (2011), no sentido de destacar que estas não fornecem plenos subsídios para a compreensão da dinâmica, complexidade e mudança organizacional. O aparente paradoxo das pesquisas organizacionais (Alvesson & Sandberg, 2013), possivelmente tem suas origens nesta discussão dessas teorias, pois mesmo com o aumento do número de publicações na área no decorrer das três últimas décadas, os autores perceberam uma escassez de estudos de alto impacto, sendo que a pesquisa qualitativa poderia ser uma via de expansão da compreensão acerca dos fenômenos organizacionais (Bluhm, Harman, Lee & Mitchell, 2011).

A heterogeneidade de práticas de pesquisa qualitativa gerencial configura-se como o resultado de distintos pressupostos filosóficos, que legitimam a apropriação de ampla variedade de critérios de avaliação de dados e evidências; ou seja, oferecem um contraponto ao *mainstream* positivista dos estudos gerenciais (Johnson, Buehring, Cassell & Symon, 2006). Lee (1991) segrega as abordagens às pesquisas organizacionais em dois eixos de significação, a abordagem positivista e a interpretativa, sendo que a abordagem positivista refere-se a estudos de cunho estatístico, ao passo que a abordagem interpretativa engloba mecanismos tais como aqueles edificados pela etnografia, hermenêutica, fenomenologia, como também, estudos de caso.

No âmbito dos estudos organizacionais, a fenomenologia destaca-se preponderantemente como um método de pesquisa qualitativa, que busca compreender as experiências dos indivíduos sob investigação, no qual os pesquisadores desta linha investigativa são instigados a apropriar-se da fenomenologia no intuito de abordar temáticas tradicionais de pesquisa, pois essa representa uma forma singular de compreender os significados organizacionais (Sanders, 1982).

Nesta direção, surge a seguinte questão a ser investigada: *qual é o estado da arte dos estudos organizacionais sob a lente da fenomenologia, veiculados nacionalmente no período*

de 2000 a 2014? A partir de tal questionamento tem-se a pretensão de mapear as relações de autoria, a tipologia dos estudos realizados, os principais modelos empregados da fenomenologia e a diligência para a transposição da fenomenologia para os estudos organizacionais. A oportunidade de inserção de novas ideias, premissas, axiomas e postulados em investigações organizacionais outorga relevância para o presente estudo, pois a amplitude de fenômenos da realidade social expande o domínio da fenomenologia e por tal razão, não se pode percebê-la como circunscrita a uma ciência particular (Dartigues, 2008).

A investigação em curso está organizada em quatro tópicos. A revisão bibliográfica está segregada em duas linhas argumentativas, a primeira aborda a temática da pesquisa organizacional e discorre acerca dos paradigmas de investigação, influência da vertente positivista e tendências de pesquisas. A segunda linha aborda a fenomenologia no âmbito dos estudos organizacionais, delineando seus aspectos conceituais e modelos de pesquisa. A metodologia indica as estratégias utilizadas para a condução do esforço de pesquisa. Na sequência, tem-se a análise dos resultados, bem como, as considerações finais e recomendações para pesquisas futuras.

## **1. Revisão Bibliográfica**

A presente seção expõe as reflexões que orientaram as análises e inferências desta investigação. A abordagem à pesquisa organizacional norteou-se por argumentos acerca da realidade social e suas distintas formas de interpretação, apreensão e compreensão. Ademais, foram pontuados aspectos vinculados ao positivismo e suas implicações nesses estudos e por fim, discutiu-se possibilidades de inserção de novos paradigmas investigativos ao campo da pesquisa organizacional. A abordagem à fenomenologia ocorreu através da exposição dos autores recorrentemente citados na literatura e do esforço realizado pelos mesmos para transpor o método filosófico para os estudos organizacionais.

### **1.1. A Pesquisa Organizacional**

O campo da pesquisa organizacional sofreu mutações significativas nas últimas décadas, e como consequência, presencia-se a proliferação de metodologias singulares de investigação científica. O argumento que a realidade é linear, imutável e independente dos sujeitos já não mais encontra substância suficiente à plena convicção. Neste momento, percebe-se a inserção de novos paradigmas de pesquisa que fazem com que a interpretação do contexto institucional seja flexível, em termos de captação e interpretação da realidade dos fatos. No entanto, as crenças positivistas de pesquisa ainda preponderam nas investigações desta área, travancando a realização de estudos qualitativos (Schurink, 2003).

A abordagem positivista da pesquisa organizacional, que institui a quantificação da realidade social, “(...) coloca em prática uma visão de ciência que tem suas origens em uma escola de pensamento dentro da filosofia da ciência conhecida como 'positivismo lógico' ou 'empirismo lógico’” (Lee, 1991, p. 343). Na lógica positivista em questão, a investigação científica assume maior robustez quando utilizados métodos quantitativos para mensuração dos fatos, tornando a realidade sistematicamente mensurável.

A defesa de que a teoria social pode ser concebida a partir do aceite de quatro paradigmas – e que cada um dos paradigmas gera teorias e perspectivas que auxiliam a interpretação do mundo social no qual as organizações estão inseridas – é feita por Burrell e Morgan (1979); os quatro paradigmas preconizados pelos autores são fundamentados em formas mutuamente excludentes de percepção do mundo social, sendo eles: humanismo radical, o estruturalismo radical, interpretativismo e o funcionalismo. Em adição, esses paradigmas são o sustentáculo ontológico e epistemológico que proporcionam fundamentação

às teorias organizacionais modernas (Caldas, 2005). Ressalta-se ainda a explanação de Hopper e Powell (1985, p. 431), de que “(...) a dimensão das ciências sociais, por sua vez, é composta por quatro elementos distintos, mas relacionados: suposições sobre ontologia, epistemologia, natureza humana e da metodologia”. Para eles, a ontologia refere-se à forma de visualização da natureza da realidade, podendo ser objetiva ou subjetivamente percebida.

Assim, a apreensão da realidade social sofre influências do subjetivismo implícito ao observador. Logo, esta recebe interpretações cunhadas na forma como o observador entende o contexto de ocorrência dos fenômenos (Burrell & Morgan, 1979). O alinhamento das interpretações acerca dos fenômenos sociais perpassa os eixos de significação do indivíduo, sendo assim, deve-se compactuar que existe um conjunto complexo de relações a serem analisadas; visto que o indivíduo se apresenta como formado por crenças e valores sobrevividos, principalmente, da cultura social na qual tal sujeito se encaixa, assim sendo, a compreensão da realidade torna-se um processo oblíquo.

Ponderando-se o subjetivismo implícito nas interpretações do contexto social e entendendo-se as organizações como instituições participantes deste, questiona-se sobre a necessidade de um prisma que reflita a magnitude e faculte a interpretação dos eventos e fenômenos sob uma nova lente. Nessa linha, a Fenomenologia poderia viabilizar uma nova perspectiva para pesquisa organizacional e, por conseguinte, para compreensão dos fenômenos intrínsecos às organizações.

## 1.2. A Fenomenologia nos Estudos Organizacionais

A literatura aponta o filósofo Edmund Husserl como o precursor da fenomenologia moderna (Dartigues, 2008; Kakkori, 2009; Freitas & Holanda, 2010; Ricoeur, 2010; Cerbone, 2012). No sentido husserliano – diferentemente de Kant e Hegel – a Fenomenologia se fundamenta na preocupação com a fundamentação da ciência e da filosofia; sua perspectiva volta-se para as essências dos fenômenos, para a compreensão da experiência vivenciada, o que implica na imersão na estrutura profunda da natureza e significações das experiências que um indivíduo vivencia em seu cotidiano (Van Manem, 1984; Kakkori 2009; Holanda, 2014). Trata-se de um procedimento empírico e descritivo, que foi definido inicialmente por Karl Jaspers como uma “psicologia descritiva dos fenômenos da consciência” (1913/1987, p. 71). Todavia, não se confunde com um descritivismo, pois “(...) não basta descrever um objeto, qualquer que seja de um ponto de vista o interesse de sua descrição, para adornar essa descrição com o título de ‘fenomenologia’” (Dartigues, 2008, p.11).

Assumindo-se que a essência e a natureza de uma experiência consistem na pretensão investigativa da fenomenologia, a linguagem afigura-se como elemento basilar à aproximação do fenômeno analisado (Van Manem, 1984). A essência não vincula-se, contudo, a uma aristocracia mística, cuja habilidade de capturar aquilo que conota-se como imperceptível a outros seria benefício de poucos (Dartigues, 2008), o fenômeno terá seu sentido percebido por transparência. Por conseguinte, a apropriação do conhecimento teórico faculte o conhecimento e exploração de objetos pertencentes ao mundo (Husserl, 1913/2006). Husserl – a falar de “essência” (*wesen*), constata que esta é imanente aos fenômenos e podem ser percebidas por transparência – surge daí sua máxima: “retorno” às coisas-mesmas. Assim, para a Fenomenologia, a essência é um puro possível, intrinsecamente ligado às significações, pois podem haver tantas essências quanto significações (Dartigues, 1992; Holanda, 2014); ou ainda, como assinala Merleau-Ponty (1945), a fenomenologia “recoloca as essências na existência”.

A fenomenologia propõe uma nova forma de perceber e compreender o mundo social, todavia, a ausência de uma metodologia claramente definida mostra-se como um obstáculo à

inserção de estudos fenomenológicos no âmbito da pesquisa organizacional (Sanders, 1982). Ademais, a amplitude de significados atribuídos à temática em questão demanda do pesquisador a nomeação de um paradigma ontológico anteriormente à opção pelo método investigativo. Há múltiplas formas de se conceber a aplicação – metodológica – da fenomenologia ao contexto da pesquisa empírica, o que gera controvérsias em torno da apropriação de seus construtos filosóficos (Andrade & Holanda, 2010; Castro & Gomes, 2011; Holanda, 2014). O Quadro 1 foi elaborado de forma a referenciar as distintas concepções para a fenomenologia, contudo, não se tem a pretensão de esgotar o assunto.

Quadro 1 - Construções para a fenomenologia.

<b>Autores</b>	<b>Conceitos e definições para a fenomenologia</b>
Lambert (1764)	A fenomenologia consiste na teoria da ilusão sob suas diferentes formas.
Atkinson (1972)	Na sua forma aplicada, a fenomenologia pode ser descrita como uma técnica de pesquisa qualitativa que busca explicitar a estrutura e significado implícito da experiência humana.
Sanders (1982)	Fenomenologia, de uma forma simplista, é o estudo dos fenômenos conscientes, isto é, uma análise da forma como as coisas ou experiências se apresentam.
Van Manem (1984)	A fenomenologia consiste no estudo do mundo, o mundo como os indivíduos o experimentam, em detrimento de como o conceituam, categorizam ou teorizam.

Fonte: Elaborado a partir de Sanders (1982), Van Manem (1984) e Dartigues (2008).

A junção da fenomenologia aos estudos organizacionais ocorreu durante o chamado “período tradicional”, no lapso entre os anos 1900 a 1940, no qual estratégias como a etnografia e a fenomenologia foram empregadas no intuito de investigar fenômenos humanos. O principal objetivo, neste período, consistia em estabelecer um eixo de ligação entre a experiência vivenciada e o contexto social; para consecução deste, tais estratégias eram caracterizadas pela observação participante, descrições das ações de grupos de análise e significados que os sujeitos atribuem às suas ações; por sua vez, a análise dos dados afigurava-se como interpretativa envolvendo, essencialmente, a descrição dos fenômenos (Schurink, 2003).

A fenomenologia acentua-se dentre as abordagens qualitativas dos estudos organizacionais, assumindo características incomensuráveis de análise; logo, apresenta-se rotulada como abordagem metodológica e, em alguns casos, posta ao lado de estratégias de pesquisa, como a etnografia, *focus groups*, heurística, interacionismo simbólico, semiótica, hermenêutica e *grounded theory* (Schurink, 2003). Não obstante, a questão que ainda prevalece permeia o “fazer ciência”, ou seja, a prática científica da fenomenologia. À vista disso, a pesquisa fenomenológica pode ser compreendida como uma “(...) interação dinâmica entre quatro atividades processuais” (Van Manen, 1984, p. 39).

A pesquisa fenomenológica qualifica-se como uma busca incessante pela verdade, por argumentos que remetam ao sentido original dos fatos. Van Manem (1984) afirma que primeiramente o pesquisador deve enfatizar um dado fenômeno que faculte a compreensão de algo maior; no segundo momento, a ênfase recai para a investigação da experiência, ou seja, as experiências vivenciadas por um indivíduo no mundo; no momento imediatamente posterior, a busca incide sobre as essências que designam o fenômeno; o quarto e último momento destina-se à descrição do fenômeno. Entretanto, faz-se relevante destacar que tal

sistemática não é linear, ocorrendo de forma dinâmica em seus vários momentos de pesquisa. A seção seguinte é responsável por apresentar estratégias adotadas para a consecução do objetivo proposto ao estudo.

## **2. Metodologia**

O delineamento metodológico da presente investigação norteia-se por um estudo descritivo, já que tem-se a pretensão de descrever os aspectos analisados e as características, da amostra em questão (Cooper & Schindler, 2003). A realização desse estudo foi facultada através do mapeamento de publicações científicas nacionais, assim, o objeto de análise foi a produção acadêmica formalmente disseminada mediante publicações em periódicos científicos nacionais; por conseguinte, qualifica-se também como bibliométrico.

Para Araújo (2006), aos estudos bibliométricos é atribuída a incumbência de mapear a produção em determinado período, estabelecendo-se um recorte temporal que favoreça a resolução da problemática em questão e que propicie a leitura do contexto sócio-histórico em que ocorreu a publicação sob análise. Corroborando, Silva, Hayashi e Hayashi (2011), afirmam que a abordagem do estudo bibliométrico possibilita maior versatilidade quando da avaliação do contingente de informações que compõe a base de dados sob investigação, avaliações estas referentes à tipologia, quantidade e qualidade das fontes de informação e do conjunto de dados.

Ademais, faz-se oportuno salientar que a abordagem do problema deu-se de forma qualitativa. Logo, buscou-se compreender a temática em questão mediante o aprofundamento de um quadro de referência e não somente através do mapeamento quantitativo (Martins & Theóphilo, 2009). Tal perspectiva implicou na análise sequencial: da frequência das publicações, dos veículos de divulgação, da tipologia dos estudos realizados, diligência para transposição da fenomenologia para as ciências sociais, como também, principais modelos empregados da fenomenologia no âmbito da pesquisa organizacional.

A seleção das produções científicas ocorreu através da biblioteca digital *Scientific Periodicals Electronic Library* - SPELL. A partir da leitura de Araújo (2006), entende-se que a base de dados selecionada para um estudo bibliométrico deve oferecer subsídios à seleção de pesquisas que auxiliem a plenitude de compreensão da temática em análise. Assim, a opção por tal acervo ocorreu em função: (1) da extensão temporal de sua cobertura científica, pois tal base detém artigos desde a década de 1960; (2) incorpora periódicos de distintas áreas do conhecimento e; (3) facilita a busca seleta por áreas que tenham a pesquisa organizacional como uma de suas linhas investigativas; sendo selecionadas, respectivamente, três grandes áreas: administração, economia e contabilidade. Por fim, a adoção da SPELL ocorreu em razão do maior retorno de pesquisas que atendiam aos critérios do recorte aqui realizado.

Imediatamente após a seleção da base de dados, foram definidas as palavras-chave que nortearam a busca por artigos científicos. Os termos selecionados foram “fenomenologia”, “abordagem fenomenológica”, “fenomenologia e organizações”, “fenomenologia e administração”, “fenomenologia e contabilidade”, e “fenomenologia e contabilidade gerencial”. Tais elementos deveriam ser referenciados em algum momento do texto, não restringindo a sua menção no título, palavras-chave ou no conteúdo do artigo. Importante destacar que não se estabeleceu um período limitante às publicações, no entanto, o primeiro artigo encontrado, que apresentou a fenomenologia como temática, datava do ano de 2000. Assim, as buscas resultaram em estudos oriundos de pesquisadores brasileiros, sendo veiculados nacionalmente no período de 2000 até 2014.

A partir dos procedimentos expostos, as buscas foram iniciadas e no total, 10 artigos foram encontrados. Adicionalmente, salienta-se que não se mostrou necessário proceder ao

refinamento da amostra, pois todos os artigos recuperados abordavam, de fato, a fenomenologia de forma articulada. Dentre as palavras-chave selecionadas, somente retornaram artigos referentes aos termos “fenomenologia” e “abordagem fenomenológica”. A análise do conteúdo dos artigos pode ser visualizada na seção a seguir.

### 3. Análise dos Resultados

A análise dos artigos pontuados através da presente investigação ocorreu de forma qualitativa, mediante a leitura integral dos mesmos. Logo, para que fosse possível estabelecer um quadro reflexivo da produção contemplada no recorte aqui realizado, as análises foram ordenadas em três níveis, sendo eles: [1] mapeamento de autoria; [2] tipologia dos estudos realizados, e [3] transposição da fenomenologia para os estudos organizacionais. Nesses termos, as argumentações apresentadas são decorrentes dos artigos analisados, como também do confronto das suas inferências com as ponderações de autores já consagrados na literatura - tanto organizacional, quanto da fenomenologia.

#### 3.1. Mapeamento de autoria

A partir do Quadro 2, pode-se inferir que a inserção da fenomenologia no âmbito dos estudos organizacionais brasileiros foi tardia, isto quando ponderado que no contexto internacional tal junção ocorreu a partir da década de 90 (Schurink, 2003). Ademais, percebe-se que a maior concentração de artigos veiculados encontra-se nos anos de 2011 e 2012, ambos com duas publicações.

Quadro 2- Distribuição dos artigos por periódico

<b>Periódico Internacional</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Revista de Administração-USP	1							
Revista de Administração de Empresas		1						
Revista de Ciências da Administração			1					
RAE-eletrônica				1				
CADERNOS EBAPE. BR					1		1	
Organizações & Sociedade						1		
Revista Brasileira de Estratégia							1	
Revista de Administração Mackenzie								1
Revista de Administração Contemporânea								1
<b>Total de Artigos</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

A formação de redes de parceria pode ser compreendida mediante a visualização do Quadro 3, na qual se percebe que a maior frequência de publicações ocorreu entre dois autores – num total de quatro artigos – e um autor (três artigos). Ademais, dois autores destacam-se em função da frequência de suas participações nos artigos aqui analisados, ambos participando em três estudos respectivamente.

Quadro 3 - Distribuição dos autores por artigo

<b>Nº de Autores</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
----------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

1 autor	1		1		1			
2 autores		1		1			2	
3 autores						1		1
4 autores								1
<b>Total de Artigos</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

### 3.2. Tipologia dos estudos realizados

Para mapear os tipos das pesquisas objeto de análise da presente investigação, procedeu-se à leitura dos procedimentos metodológicos destacados pelos artigos contemplados na amostra investigada. Assim, as estratégias de pesquisa foram identificadas conforme enunciado pelos próprios autores, ou seja, a classificação aqui apresentada emanou das classificações expostas nos artigos sem. Nesses termos, não houve uma classificação arbitrária e independente das tipologias já contidas nas pesquisas. Ou seja, não houve interferência do pesquisador nas delimitações das estratégias investigativas indicadas pelos artigos em análise. Após leitura das produções, as estratégias foram tabeladas em conformidade com o *framework* delineado por Martins e Theóphilo (2009). O Quadro 4 apresenta tais informações.

Quadro 4 - Mapeamento das estratégias de pesquisa

<b>Estratégias de pesquisa</b>	<b>Autores/Ano de Publicação</b>
Ensaio Teórico	Sampaio (2001); Carvalho e Vergara (2002); Pinto e Santos (2008); Faria (2009); Boava, Macedo e Ichikawa (2010) e Boava e Macedo (2011).
Fenomenologia Social	Paula e Andrade (2011); Macedo, Boava e Antonialli (2012) e Macedo, Boava, Cappelle e Oliveira (2012).
Fenomenologia Hermenêutica	Cunha (2005)

Fonte: Dados da pesquisa.

O Quadro 4 foi construído no intuito de mapear as estratégias de pesquisa dos artigos aqui analisados. Entretanto, tal construção desempenha a função de guia às análises apresentadas, ou seja, a requerida tabela não possui um fim em si mesma. Assim, procede-se ao desmembramento dos estudos, como forma de apresentar os principais modelos da fenomenologia por eles empregados.

A preferência dos pesquisadores, cuja abordagem aos fenômenos organizacionais faz-se sob a lente da fenomenologia, consiste em esboçar suas ideias através de **Ensaio Teóricos**. Do total de dez artigos analisados, seis deles optaram por tal sistemática. Para Meneghetti (2011), o ensaio teórico difere-se das demais estratégias de pesquisa em decorrência do seu caráter reflexivo e interpretativo, como também, em função de seu formato flexível, o que o faz ser conduzido não pela busca da verdade e sim, por questões que proporcionam aos sujeitos reflexões aprofundadas acerca de determinado assunto. Para o desenvolvimento dos ensaios teóricos, percebeu-se forte recorrência dos autores à apresentação da questão “o que é a fenomenologia?”, de forma explícita ou implícita; tal fato possivelmente tenha ocorrido em função da urgência em apresentar o método filosófico

original para, posteriormente, argumentar sua possibilidade de aplicação no campo organizacional, como pode-se perceber em Sampaio (2001); Boava, Macedo e Ichikawa (2010), e Boava Macedo (2011). Ademais, as concepções de Husserl foram apresentadas na grande maioria dos artigos.

A partir de ponderações advindas da literatura, Pinto e Santos (2008, p. 7) afirmam que dentro do movimento fenomenológico “(...) pelo menos duas abordagens podem ser destacadas: uma descritiva (ou transcendental), que tem como preferência os trabalhos de Edmund Husserl (1859-1938), e outra interpretativa (hermenêutica ou existencial) inspirada, principalmente, nas contribuições de Martin Heidegger (1889-1976)”. Ao passo que, pesquisadores como Sampaio (2001) e Boava, Macedo e Ichikawa (2010), atentaram-se a discorrer sobre axiomas como as condições de Husserl para edificação de uma ciência.

Paula e Andrade (2011) delinearum um estudo de modo a discutir o emprego do método fenomenológico às investigações organizacionais. Para consecução do objetivo proposto, os autores estabeleceram seis fases, sendo elas: [1] realização de entrevistas para obtenção dos dados, acrescenta-se que no lugar de roteiros predefinidos, estabeleceram três questões norteadoras; [2] transcrição e leitura preliminar; [3] apreensão ou leitura atenta; [4] redução fenomenológica; [5] redução eidética e [6] redução transcendental. O trabalho aponta primordialmente para a perspectiva de Alfred Schutz (1899-1959) – filósofo e sociólogo austríaco que, ao emigrar para os Estados Unidos, filiou-se à *New School for Social Research*, dedicando-se aos estudos de metodologia de ciências sociais e à fenomenologia husserliana – destacando sua contribuição aos estudos organizacionais por “(...) desvelar elementos subjetivos contidos na práxis empresarial dos agentes econômicos” (Paula & Andrade, 2011, p. 155). A relevância dessa estratégia se alicerça no fato de se ater mais à vivência dos pesquisadores, do que a uma estrutura sistematizada.

Nesta mesma direção – de uma **fenomenologia social** de Schutz – Macedo, Boava e Antonialli (2012) discutem a investigação científica no plano da estratégia, reconhecendo a evolução da produção de conhecimento no campo, mas assinalam que a dimensão do estrategista ainda é pouco explorada. O trabalho examina as pesquisas em estratégia, constatando a predominância de uma visão funcionalista, e propondo a necessidade de uma abordagem interpretativa, na qual a fenomenologia social pode contribuir com questões como intersubjetividade, processos de significação, mundo-vida, etc. “O paradigma interpretativo oferece algo a mais à estratégia, buscando conhecer o fenômeno estratégico à luz da subjetividade do estrategista, considerando tanto sua racionalidade substantiva quanto sua experiência de vida” (p. 171).

Já Macedo, Boava, Cappelle e Oliveira (2012) operacionalizam uma investigação empírica a partir de tais preceitos. Num cenário de mercado de trabalho, com contínuo avanço da inserção feminina, procuraram analisar as relações de gênero no contexto organizacional de uma empresa de extração mineral, tomando por base discussões de proposições previamente estabelecidas, na forma de relato de experiência. Utilizando-se da fenomenologia social de Schutz – uma das contribuições mais significativas do estudo –, os autores concluíram pelo ganho de espaço feminino, todavia por um efeito de “masculinização” delas, sem valorização das diferenças.

A **fenomenologia hermenêutica** é explorada por Cunha (2005), em estudo que visou a compreensão das experiências vividas de gerentes de uma empresa de alimentos, com relação às mudanças organizacionais. O autor obteve os dados para sua investigação através de narrativas, ocorrendo um conjunto sucessivo de três entrevistas fenomenológicas em profundidade. Na sequência, procedeu à descrição das informações coletadas, sendo que o foco consistiu nos dados bibliográficos, histórias e experiências vivenciadas em processos de

mudança. Os postulados do filósofo Husserl foram utilizados para as análises e inferências da pesquisa, ressaltando a importância do estudo do vivido para a tomada de decisões estratégicas em empresas.

### 3.3. Transposição da Fenomenologia para os Estudos Organizacionais

O presente tópico destina-se a explorar os esforços dos pesquisadores no processo de adaptação da fenomenologia para a pesquisa no contexto organizacional. O panorama ofertado pelos Quadros 5 e 6 permite a constatação de que os pesquisadores estão engajados em evidenciar a aplicação da fenomenologia no campo dos estudos organizacionais. À vista disso, houve a preocupação recorrente em teorizar a fenomenologia enquanto método de pesquisa qualitativa, fato este já abordado por Sanders (1982). Isto posto, os principais resultados auferidos pelos autores são descritos na sequência.

Quadro 5 - Mapeamento das pretensões investigativas das produções

Referência	Objetivo/ Problema de Pesquisa
Sampaio (2001)	A proposta do estudo consiste em distinguir a orientação epistemológica baseada no empirismo formal daquela que se fundamenta na fenomenologia.
Carvalho & Vergara (2002)	Apresentaram argumentos, procedimentos e formas pelas quais a fenomenologia pode constituir-se como opção metodológica adequada para a pesquisa dos espaços físicos de serviços.
Cunha (2005)	O objetivo deste artigo é compreender as experiências vividas de gerentes, em uma empresa do ramo de alimentos, situada no Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, com relação às mudanças organizacionais.
Pinto & Santos (2008)	O objetivo é apresentar e discutir uma proposta para uma pesquisa interpretativista do consumidor baseada em três "movimentos" - fenomenologia, etnografia e <i>grounded theory</i> - distintos, mas não paralelos, que podem ser conciliados de forma a permitir um estilo de pesquisa mais abrangente. A intenção principal é trazer à luz alguns elementos epistemológicos e metodológicos desse "arcabouço".
Faria (2009)	O propósito deste artigo é elaborar uma crítica da concepção de Guerreiro Ramos nos estudos organizacionais a partir das suas contribuições mais conhecidas, consultadas e referenciadas, de forma a compreender seus fundamentos e suas vinculações.

Fonte: Dados da pesquisa.

Sampaio (2001) traçou sua principal linha argumentativa colocando uma temática singular em discussão. Assim, o autor pontuou se de fato é possível abandonar os pressupostos e axiomas internalizados pelos pesquisadores, inerentes a sua consciência, quando da análise da essência das coisas. A conclusão do estudo é traçada no sentido de confirmar a possibilidade de aplicação da fenomenologia no âmbito das ciências humanas e sociais. Ainda salienta que, na medida em que há uma sobreposição de elementos objetivos e subjetivos emanados do objeto de pesquisa, o delineamento metodológico se torna um processo complexo.

Ainda que ressaltem a dificuldade do método fenomenológico, Carvalho e Vergara (2002) afirmam que a dinamicidade de fenômenos como o Marketing interativo, não podem ser compreendidos em sua plenitude através de métodos quantitativos, sugerindo a fenomenologia como uma opção factível. Os autores ainda criticam a hegemonia do

positivismo e a recorrência aos estudos funcionalistas e quantitativos, no âmbito da Administração e do Marketing. A investigação operacionalizada por Cunha (2005) resultou em uma nova perspectiva acerca da prática gerencial, pois a forma distinta de análise das entrevistas, realizadas com gestores, resultou em inferências cujo enfoque foi a vivência destes no que concerne a tomada de decisões estratégicas. Ao passo que, o trabalho de Pinto & Santos (2008) forneceu um debate sobre temáticas como epistemologias e metodologias, no intuito de compreender o comportamento do consumidor. Assim, sugerem a fenomenologia, etnografia e *grounded theory*, como alternativas à compreensão do Marketing como fenômeno socialmente construído.

Dois textos trabalham as contribuições e vinculações da obra de Alberto Guerreiro Ramos. Faria (2009) realiza uma análise de parte da obra do sociólogo brasileiro vinculando-o ao pensamento fenomenológico. A condução da obra de Boava, Macedo e Ichikawa (2010) ocorre de forma semelhante, corroborando com a conclusão de que Guerreiro Ramos traça uma releitura da sociologia de modo a incluir elementos filosóficos e, para tanto, valeu-se dos três pilares oriundos da fenomenologia: redução (de Husserl), mundo (de Heidegger) e existencialismo (de Sartre).

Quadro 6 - Mapeamento das pretensões investigativas das produções

<b>Referência</b>	<b>Objetivo/ Problema de Pesquisa</b>
Boava, Macedo e Ichikawa (2010)	Partindo de um referencial fenomenológico-hermenêutico, os autores buscaram interpretar os escritos de Guerreiro Ramos a partir do ano de 1957, com o objetivo de apresentar e discutir os conceitos fundamentais fenomenológicos que o autor usou em seus trabalhos.
Paula e Andrade (2011)	Os autores têm como objetivo desvelar, por meio do método fenomenológico, a compreensão que cinco empresários do setor de restaurantes de Salvador têm sobre a formação da estratégia nas suas atividades empresariais.
Boava e Macedo (2011)	O objetivo consiste em apresentar as principais contribuições e possibilidades da fenomenologia para os estudos organizacionais.
Macedo, Boava e Antonialli (2012)	Investigam como se processa a pesquisa em estratégia. Ademais, pretendem propor outro modo de acesso ao fenômeno estratégico, a partir do emprego da fenomenologia social.
Macedo, Boava, Cappelle e Oliveira (2012)	Analizam como se processam as relações de gênero no contexto organizacional de uma empresa de extração mineral.

Fonte: Dados da pesquisa.

O trabalho qualitativo desenvolvido por Paula e Andrade (2011) utilizou o método fenomenológico como instrumento para compreensão do posicionamento, com relação a formulação de estratégias, de cinco empresários do setor de restaurantes de Salvador. Por fim, foi constatado que as estratégias das atividades empresariais emanaram da prática cotidiana dos empresários sem, contudo, que fossem estabelecidos procedimentos sistemáticos para o delineamento estratégico. Assim, concluem que os fenômenos organizacionais podem ser investigados mediante emprego da fenomenologia, sendo factível a investigação de temas como “(...) poder, simbolismo, gênero, etnia, questões socioambientais (inclusive, as

econômicas), conhecimento, discursos, o sentido do trabalho, ética, comunicação e relações, tecnicismo, cientificismo, organilismo etc” (Boava & Macedo, 2011, p. 484).

Macedo, Boava e Antonialli (2012) desenvolveram um trabalho cujo enfoque recaiu para a análise da pesquisa em estratégia. Como resultados, os autores constataram a predominância de estudos funcionalistas, traçando uma crítica para tal perspectiva. Na sequência, sugerem o paradigma interpretativista e a fenomenologia social como lentes alternativas para as pesquisas em estratégia. Por sua vez, Macedo, Boava, Cappelle e Oliveira (2012) aplicaram a fenomenologia social, idealizada por Alfred Schütz, para o estudo de questões de gênero no contexto de uma empresa de mineração. As análises resultaram na percepção de que as mulheres obtiveram espaço, entretanto, em função de sua masculinização e não em decorrência do aceite das diferenças.

### **Considerações Finais**

A pesquisa apresentada foi desenvolvida tendo o intuito de investigar o estado da arte dos estudos organizacionais sob a lente da fenomenologia, veiculados nacionalmente no período de 2000 a 2014. Pontualmente, foram mapeadas as relações de autoria, a tipologia dos estudos realizados, os principais modelos empregados da fenomenologia e a diligência para a transposição da fenomenologia para os estudos organizacionais. As análises realizadas permitiram a constatação de que existe um esforço para incorporar os axiomas da fenomenologia em pesquisas organizacionais. Todavia, o esforço dos pesquisadores ainda está direcionado à transposição do método filosófico para o contexto das ciências sociais aplicadas, considerando-se que o total de seis, dentre os dez estudos analisados, foram construídos no formato de Ensaio Teórico. Ainda, pode-se dizer que a pretensão investigativa dos pesquisadores é notável, pois Sanders (1982) já afirmava que estudos fenomenológicos não possuem tradição no campo em questão.

Ainda, pode-se verificar que os pesquisadores retrataram a fenomenologia como um método de pesquisa qualitativa. Para tanto, partiram de preceitos já consagrados por Edmund Husserl e Alfred Schütz. Nos estudos que operacionalizaram a fenomenologia sob a perspectiva de Edmund Husserl, pode-se constatar que houve a preocupação em criar mecanismos que fizessem irromper as experiências e vivências dos sujeitos participantes do estudo, conforme observado em Paula e Andrade (2011) e Macedo, Boava, Cappelle e Oliveira (2012).

Por fim, pondera-se que a fenomenologia possui de fato, potencial para ser utilizada como uma lente alternativa às investigações organizacionais. Ademais, a presença de estudos fenomenológicos no campo de pesquisa organizacional instiga o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos métodos já referenciados na literatura, num processo de busca por novas percepções aos fenômenos e, conseqüentemente, por novos conhecimentos; assim como já preconizavam Sanders (1982); Van Manem (1984), e Bluhm et al. (2011). Por fim, sugere-se para estudos futuros que seja realizada uma investigação semelhante a esta, juntamente com veiculações internacionais que tenham a fenomenologia como principal elemento norteador.

### **Referências bibliográficas**

Andrade, C.C. & Holanda, A.F. (2010). Apontamentos sobre pesquisa qualitativa e pesquisa empírico-fenomenológica. *Estudos de Psicologia* (Campinas), 27 (2), p.259-268.

- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão* (Porto Alegre), 12 (1), 11-32.
- Alvesson, M., & Sandberg, J. (2013). Has management studies lost its way? ideas for more imaginative and innovative research. *Journal of Management Studies*, 50 (1), 128-152.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1994). *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes.
- Bluhm, D. J., Harman, W., Lee, T. W., & Mitchell, T. R. (2011). Qualitative research in management: a decade of progress. *Journal of Management Studies*, 48 (8), 1866-1891.
- Boava, D. L. T., Macedo, F. M. F., & Ichikawa, E. Y. (2010). Guerreiro Ramos e a fenomenologia: redução, mundo e existencialismo. *Organizações & Sociedade* (Salvador), 17 (52), 69-83.
- Boava, D. L. T., & Macedo, F. M. F. (2011). Contribuições da fenomenologia para os estudos organizacionais. *Cadernos EBAPE.BR* (Rio de Janeiro), 9 (Especial), 469-487.
- Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. London: Heinemann.
- Caldas, M. P. (2005). Paradigmas em estudos organizacionais: uma introdução à série. *Revista de Administração de Empresas*, 45 (1), 53-57.
- Carvalho, J. L. F., & Vergara, S. C. (2002). A fenomenologia e a pesquisa dos espaços de serviços. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 42 (3), 78-91.
- Castro, T.G. & Gomes, W.B. (2011). Movimento Fenomenológico: Controvérsias e Perspectivas na Pesquisa Psicológica. *Psicologia, Teoria e Pesquisa* (Brasília). 27 (2), pp. 233-240.
- Cerbone, D. R. (2012). *Fenomenologia*. Petrópolis: Vozes.
- Chua, W. (1986). Theoretical constructions of and by the real. *Accounting Organizations and Society*, 11 (6), 583-598.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2003). *Métodos de Pesquisa em Administração*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Cunha, M. S. da (2005). Prática gerencial: uma abordagem fenomenológica. *Revista de Ciências da Administração* (online), 7 (13), s/p.
- Dartigues, A. (2008). *O que é a fenomenologia?* São Paulo: Centauro.
- Faria, J. H. de. (2009). Consciência crítica com ciência idealista: paradoxos da redução sociológica na fenomenologia de Guerreiro Ramos. *Cadernos EBAPE.BR* (Rio de Janeiro), 7 (3), 420,446.

- Freitas, J.L. & Holanda, A.F. (2010). Fenomenologia e Psicologia. Vinculações. Em Adão José Peixoto (Org.). *Fenomenologia. Diálogos Possíveis* [pp. 101-118]. Goiânia: Editora da PUC.
- Holanda, A.F. (2014). *Fenomenologia e Humanismo. Reflexões Necessárias*. Curitiba: Editora Juruá.
- Hopper, T. & Powell, A. (1985). Making sense of research into the organizational and social aspects of management accounting: a review of its underlying assumptions. *Journal of Management Studies*, 22 (5), 429-465.
- Husserl, E. (2006). *Idéias para uma fenomenologia pura e para uma filosofia fenomenológica*. Aparecida: Idéias & Letrashusserl (Original publicado em 1913).
- Jaspers, K. (1987). *Psicopatologia Geral*, São Paulo: Livraria Atheneu (Original publicado em 1913).
- Johnson, P., Buehring, A., Cassell, C., & Symon, G. (2006). Evaluating qualitative management research: Towards a contingent criteriology. *International Journal of Management Reviews*, 8 (3), 131–156.
- Kakkori, L. (2009). Hermeneutics and phenomenology problems when applying hermeneutic phenomenological method in educational qualitative research. *Paideusis*, 18 (2), 19-27.
- Lee, A. S. (1991). Integrating positivist and interpretive approaches to organizational research. *Organization Science*, 2 (4), 342-365.
- Lewis, M. W. (2000). Exploring Paradox: Toward a More Comprehensive Guide. *The Academy of Management Review*, 25 (4), 760-776.
- Macedo, F. M. F., Boava, D. L. T., & Antonialli, L. M. (2012). A fenomenologia social na pesquisa em estratégia. *RAM- Revista de Administração Mackenzie* (online), 13 (5), 171-203.
- Macedo, F. M. F., Boava, D. L. T., Cappelle, M. C. A., & Oliveira, M. de L. S. (2012). Relações de Gênero e Subjetividade na Mineração: um Estudo a partir da Fenomenologia Social, *RAC- Revista de Administração Contemporânea*, 16 (2), 217-236.
- Martins, G. de A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. 2.ed. São Paulo: Atlas.
- Meneghetti, F. K. (2011). O que é um Ensaio-Teórico? *RAC- Revista de Administração Contemporânea*, 15 (2), 320-332.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la Perception*, Paris: Gallimard.

- Paula, R. J. de, & Andrade, J. A. P. de. (2011). A fenomenologia de Schutz nos estudos organizacionais: o caso da estratégia empresarial. *REBRAE-Revista Brasileira de Estratégia* (Curitiba), 4 (2), 155-168.
- Pinto, M. de R., & Santos, L. L. da S. (2008). Em busca de uma trilha interpretativista para a pesquisa do consumidor: uma proposta baseada na fenomenologia, na etnografia e na *grounded theory*. *RAE-eletrônica* (São Paulo), 7 (2), artigo 25.
- Ricoeur, P. (2010). Sobre a Fenomenologia. Em Paul Ricoeur, *Na Escola da Fenomenologia* [pp.149-174]. Petrópolis: Vozes.
- Sampaio, J. dos R. (2001). A pesquisa qualitativa entre a fenomenologia e o empirismo formal. *Revista de Administração-USP* (São Paulo), 36 (2), 16-24.
- Sanders, P. (1982). Phenomenology: A New Way of Viewing Organizational Research. *The Academy of Management Review*, 7 (3), 353-360.
- Schurink, W. J. (2003). Qualitative research in management and organizational studies with reference to recent south african research. *SA Journal of Human Resource Management*, 1 (3), 2-14.
- Silva, M. R. da, Hayashi, C. R. M., & Hayashi, M. C. P. I. (2011). Análise bibliométrica e cientométrica: desafios para especialistas que atuam no campo. *R. Ci. Inf. e Doc.*, Ribeirão Preto, v. 2, n. 1, p. 110-129, jan./jun. 2011.
- Smith, W. K., & Lewis, M. W. (2011). Toward a theory of paradox: a dynamic equilibrium model of organizing. *Academy of Management Review*, 36 (2), 381-403.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy*. Ontario, Canada: The Althouse Press/State University of New York Press.