

Considerações Sobre O Uso Do Método Etnográfico Para A Compreensão Da Cultura Organizacional

Considerations On The Use Of The Ethnographic Method For Understanding The Organizational Culture

Alessandro Vinicius de Paula

Mestrado pela Universidade Federal de Minas Gerais
Professor da Universidade Federal de Mato Grosso
E-mail: avpaula@yahoo.com.br

Christiane Batista de Paulo Lobato

Mestrado pela Universidade Federal de Lavras
E-mail: chris_batista@yahoo.com.br

Lauisa Barbosa Pinto

Mestrado pela Universidade Federal de Lavras
Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais
E-mail: lauisa-adm@hotmail.com

Ana Alice Vilas Boas

Ph.D pela Universidade de Reading
Professora da Universidade Federal de Lavras
E-mail: ana.alice@dae.ufla.br

Endereço: Alessandro Vinicius de Paula

Universidade Federal de Mato Grosso, Instituto de Educação - Departamento de Psicologia. Câmpus Cuiabá da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT. Av. Fernando Corrêa da Costa, nº 2367 - Bairro Boa Esperança, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.

Endereço: Christiane Batista de Paulo Lobato

Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração e Economia. Campus da Universidade Federal de Lavras. Centro, CEP- 37200-000 - Lavras, MG – Brasil.

Endereço: Lauisa Barbosa Pinto

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas (IFSULEMINAS) – Campus Pouso Alegre CEP- 37550-000. Pouso Alegre, Minas Gerais, Brasil.

Endereço: Ana Alice Vilas Boas

Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração e Economia. Caixa Postal 3037. Campus Universitario, CEP-37200-000 - Lavras, MG – Brasil.

Editora-chefe: Dra. Marlene Araújo de Carvalho/Faculdade Santo Agostinho

**Artigo recebido em 27/10/2014. Última versão recebida em 27/11/2014. Aprovado em 22/01/2015. Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pela Editora-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).
Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação.**

RESUMO

O presente ensaio discute algumas aplicações e limitações do uso do método etnográfico como forma de compreensão e estudo da cultura organizacional. Pesquisar tal tema mostra-se relevante, pois o estudo do método etnográfico - objetivando a compreensão da cultura organizacional - pode fornecer importantes pistas para a compreensão e identificação dos processos que formam as instituições. Grande parte da bibliografia se ocupa de investigar setores e processos pontuais em diferentes organizações. No entanto, o método etnográfico fica apenas referenciado nos tópicos de metodologia e/ou resultados, não havendo, contudo, sugestões de formas inovadoras de aplicação e também há pouco debate sobre suas limitações. Ressalta-se que, à medida que obtenham relatos mais densos dos problemas enfrentados pelos pesquisadores durante o processo e as soluções apresentadas para resolvê-los, novos caminhos e descobertas podem ser utilizadas por pesquisadores em futuras pesquisas, possibilitando uma etnografia mais profunda - com a construção de descrições densas - e o histórico de dificuldades e construção de novos olhares sobre suas problemáticas, para intervenções mais eficazes e condizentes com a realidade organizacional. Tais informações são primordiais para a elaboração de políticas de gestão que visem um processo de implantação de mudança organizacional atenta às demandas das instituições.

Palavras-chave: Método etnográfico. Cultura organizacional. Ciências sociais.

ABSTRACT

This paper discusses some applications and limitations of the use of ethnographic methods as a way of understanding and study of organizational culture. Search this topic shows to be relevant because the study of ethnographic method - aims at the understanding of organizational culture - can provide important clues to understanding and identifying processes that form the institutions. Much of the literature is concerned with investigating specific industries and processes in different organizations. However, the ethnographic method is only referenced in the topics of methodology and/or results, however not, have suggestions for innovative ways of application and there is little debate about its limitations. It is emphasized that as we get more dense reports of problems faced by researchers during the process and the solutions proposed to solve them, and discovered new paths can be used by researchers in future research, enabling a deeper ethnography - with the construction dense descriptions - and historical difficulties and construction of new perspectives on their problems, for more effective and consistent with the organizational reality interventions. This information is essential for the development of management policies that aim the process of deploying attentive to the demands of the institutions organizational change.

Keywords: Ethnographic method. Organizational culture. Social sciences.

1 INTRODUÇÃO

A cultura organizacional é um tema de estudo consolidado na área de administração e tem se tornado objeto cada vez mais frequente das pesquisas acadêmicas (PAULA; PINTO; LOBATO; MAFRA, 2014; RESENDE; PAULA, 2011; MASCARENHAS, 2002). Compreender a cultura como uma variável organizacional é de suma importância para as instituições. Johann (2000, p. 07), ao mencionar a gestão de pessoas, indica que compreender “[...] a cultura da organização deve ser a prioridade das prioridades: todas as formas de gerenciamento de pessoas e de instrumentos de recursos humanos devem subordinar-se a gestão da cultura organizacional”.

A identidade organizacional é o meio através do qual os membros de uma organização dão sentido ao que fazem de acordo com as regras gerais da instituição. As pessoas, na organização, constroem os significados de suas ações com base na intermediação de um conjunto de crenças atribuídas na forma de identidades. As identidades refletem como os indivíduos e grupos definem o que fazem em relação ao seu entendimento sobre o que é a organização da qual fazem parte (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014; MICHEL, 2014; PAULA; OLIVEIRA; VILAS BOAS; GUIMARÃES, 2014; PAULA; PINTO; LOBATO; MAFRA, 2014; RESENDE; PAULA, 2011; JEFFCUTT, 1994; ASHFORTH; MAEL, 1989). A cultura organizacional pode exercer grande influência na (re)construção da identidade dos seres humanos inseridos no contexto das instituições, esses indivíduos se transformam, na medida em que se adaptam às demandas dos grupos sociais dos quais fazem parte. Tal influência permite a formação da identidade organizacional e uma noção de totalidade ao indivíduo, levando-o a construir uma imagem de si, num dinâmico e complexo processo (MICHEL, 2014; PAULA; PINTO; LOBATO; MAFRA, 2014; RESENDE; PAULA, 2011).

Silva e Vergara (2000) indicam que não podemos falar de uma única identidade dos indivíduos, mas sim em identidades múltiplas construídas dinamicamente ao longo do tempo e nos diferentes locais nos quais estão inseridos. A cultura organizacional pode ser compreendida como um “alicerce para a formação da identidade dos indivíduos nas organizações, não havendo como pensar a noção de identidade, se não for em função da interação com outros” (SILVA; VERGARA, 2000, p. 05).

Dentre as formas para compreensão e estudo dos processos culturais das organizações, a etnografia pode ser considerada como um método privilegiado para o estudo desse campo, fundamentado num conhecimento adquirido pela disposição ao outro, via “observação participante” e pela “relativização” questionadora. Pelo método etnográfico é possível entender a comunidade através do ponto de vista de seus membros, e descobrir as

interpretações que eles dão aos acontecimentos que os cercam (WAAL, 2009; HUMPHREYS; WATSON, 2009; JAIME JR, 2002; GONZÁLEZ, 2000).

Diante das considerações apresentadas, o objetivo principal desse breve ensaio foi identificar e apresentar as potenciais aplicações (e limitações) do uso do método etnográfico para a compreensão da cultura organizacional. Pesquisar tal tema mostra-se relevante, pois o estudo do método etnográfico, objetivando a compreensão da cultura organizacional, pode fornecer importantes pistas para a compreensão e identificação dos processos que formam as instituições. Tais informações são primordiais para a elaboração de políticas de gestão que visem um processo de implantação de mudança organizacional mais contextualizada e atenta às demandas das instituições.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 As ciências sociais e o uso do método etnográfico

A denominação genérica “Ciências Sociais” é utilizada para indicar diferentes áreas do conhecimento que se ocupam com fenômenos que englobam relações de caráter humano e social. A pesquisa social é uma modalidade de pesquisa utilizada para descrever e explicar fenômenos que envolvem seres humanos e suas relações. Tal modalidade de pesquisa, antes marcada pelos estudos que empregavam métodos quantitativos - a partir de um plano estabelecido a priori, com hipóteses especificadas e variáveis operacionalmente definidas, enumerando/medindo os eventos estudados e empregando instrumental estatístico na análise de dados - atualmente, tem apresentado outras formas de abordagem de investigação, revelando-se promissoras e reconhecidas; trata-se da pesquisa qualitativa (PAULA; OLIVEIRA; VILAS BOAS; GUIMARÃES, 2014; RESENDE; PAULA, 2011; CARVALHO, 2001; GODOY, 1995a; GODOY, 1995b; MINAYO, 1994).

Através de estudos qualitativos, um fenômeno pode ser compreendido no contexto em que ocorre, através da análise integrada do pesquisador, que vai a campo, buscando captar, através de seu contato direto com a situação estudada, o universo da produção humana envolvida em tal fenômeno: as relações, representações, intencionalidades, lugares e processos (MICHEL, 2014; PAULA; OLIVEIRA; VILAS BOAS; GUIMARÃES, 2014; RESENDE; PAULA, 2011; COSTA, 2002; CARVALHO, 2001; GODOY, 1995a; GODOY, 1995b; JEFFCUTT, 1994; MINAYO, 1994; ASHFORTH; MAEL, 1989). Segundo Minayo (1994, p. 21): “A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares [...]. Ela trabalha

com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”.

Essas mudanças na forma de se analisar os fenômenos sociais sofreram grande influência do paradigma hermenêutico. Tal paradigma critica o tradicional discurso “cientificista”, apontando a importância de a própria ciência assumir uma consciência crítica no seu fazer, evidenciando que um completo distanciamento/isenção entre pesquisador e objeto de pesquisa é impossível, especialmente, quando se trata de temáticas das ciências sociais (COSTA, 2002; CARVALHO, 2001). Como veremos a seguir, essa nova forma de se analisar o objeto de estudo foi fundamental para o desenvolvimento das pesquisas qualitativas. O estudo qualitativo pode ser desenvolvido utilizando-se diferentes instrumentos e caminhos metodológicos. Um método de pesquisa considerado adequado para o desenvolvimento de uma investigação qualitativa nas ciências sociais é o método etnográfico.

A influência das Ciências Sociais - e a ampla apropriação dos recursos teórico-metodológicos da etnografia - pode ser percebido em debates/estudos empreendidos por diversas áreas do conhecimento como, por exemplo: saúde (CAPRARA; LANDIM, 2008; CASTRO; CAMARGO JUNIOR, 2008; DALMOLIN; VASCONCELLOS; LOPES, 2002); políticas públicas (BEVILAQUA, 2005); antropologia (CARVALHO, 2001); marketing/pesquisa do consumidor (PINTO; SANTOS, 2008; ROCHA; BARROS, 2006); administração e estudos organizacionais (WAAL, 2009; HUMPHREYS; WATSON, 2009; HANSEN, 2006; BARBOSA, 2003; JAIME JR, 2002; MASCARENHAS, 2002).

Mas, como a etnografia contribuiu para a expansão da influência das ciências sociais nos diversos campos do conhecimento? Para tentarmos responder a essa pergunta devemos retomar o que Costa (2002) denomina de “desordem” trazida pelo pensamento hermenêutico na produção do conhecimento das ciências sociais, quando tal pensamento propôs uma reflexão sistemática sobre a relação pesquisador/objeto; incluir a historicidade do objeto e do pesquisador e questionar a autoridade do pesquisador e do caráter científico da própria ciência:

Sem dúvida, as principais contribuições desse questionamento enxertado pela Hermenêutica, na matriz disciplinar da Antropologia moderna, podem ser resumidas na incorporação da “historicidade” e no reconhecimento da “intersubjetividade”. Tais elementos recolocam, sobre novas bases, antigos problemas metodológicos da investigação cultural. [...] Vista por outro ângulo, a pretensão de objetividade à maneira positivista (o “objetivismo”) sofre uma crítica radical graças à assunção da “intersubjetividade” e da relação “dialógica” - que transforma observador e observado em interlocutores situados em campos semânticos distintos, porém em posições simétricas - como condição do conhecimento. Essa renúncia a uma pretensa superioridade conferida pela posição privilegiada de observador e de cientista também está presente no que Habermas define como “atitude performativa”, por ele considerada inerente aos procedimentos hermenêuticos. (COSTA, 2002, p. 374-375).

Para Malinowski (1978, p. 36), a “essência” do método etnográfico está em “[...] apreender o ponto de vista dos nativos, seu relacionamento com a vida, sua visão do seu mundo”. Tal método possibilita compreender uma determinada comunidade ou organização através do ponto de vista de seus membros, e desvelar as interpretações que eles dão aos acontecimentos que os cercam. Atualmente, com a sua difusão e crescente utilização em diversos campos das ciências sociais, já não se pode falar de apenas “uma”, mas de várias etnografias (PINTO; SANTOS, 2008, p. 10).

Geertz (1989, p. 17) aponta que o que define a etnografia “é o tipo de esforço intelectual que ela representa: um risco elaborado para uma ‘descrição densa’”, em que o pesquisador procura construir uma descrição em profundidade das culturas como “teias de significado” que devem ser apreendidas para então serem apresentadas. Esta apresentação vai além de um relato detalhado daquilo que foi observado, procurando construir uma leitura dos significados simbólicos e culturais das ações, através da percepção afinada e o entendimento para melhor olhar e ouvir as pessoas envolvidas no processo etnográfico (OLIVEIRA, 1998).

A pesquisa etnográfica busca compreender e descrever determinada configuração social ou cultural utilizando, na maioria dos casos, a observação participante como método. De acordo com Costa (2002), no “encontro etnográfico” - entendido como uma relação dialógica de comunicação entre dois universos culturais com historicidade:

[...] o pesquisador se abre para o horizonte do outro, consciente de seus próprios ancoramentos culturais (os de sua sociedade e os produzidos no processo de socialização no interior de uma cultura científica). Desse modo, a interiorização do outro, na relação dialógica entre observador e observado, convertidos em interlocutores, não pode nunca corresponder meramente a reproduzir o modelo do outro, adotando sua visão, já que o pesquisador o vê por meio da “lente” do conhecimento produzido no interior de uma comunidade científica. O modelo “nativo”, mesmo sendo dado empírico relevante, não substitui a interpretação, que supõe a compreensão construída sobre uma inteligibilidade muito diversa daquela disponível aos atores sociais. (COSTA, 2002, p. 376-377).

Sendo assim, a pesquisa etnográfica precisa de bastante tempo para ser realizada de forma adequada, geralmente um ano, ou mais, de trabalho de campo e um tempo igual para o processo de amadurecimento e escrita de materiais relacionados ao objeto pesquisado, seja relatórios, livros ou uma série de artigos acadêmicos (HUMPHREYS; WATSON, 2009; WAAL, 2009; GONZÁLEZ, 2000).

Para implementar o registro etnográfico, além de assegurar boas condições de trabalho provenientes da imersão no campo - para observação de suas representações através de ritos, costumes, insights teóricos e metodológicos - há a aplicação de métodos de coleta como: entrevistas de profundidade com informantes privilegiados, grupos focais; análise e registro de evidências em quadros sinópticos, diários de campo, conversas informais, fotografias,

filmagens, mapeamentos são fundamentais (WAAL, 2009; HUMPHREYS; WATSON, 2009). Todas as características citadas anteriormente tornam o método de estudo etnográfico uma ferramenta promissora para o estudo da cultura organizacional como veremos a seguir.

2.2 Cultura organizacional e o método etnográfico - tecendo algumas possíveis articulações

Os “Estudos Culturais” são um campo de estudo fundamentalmente interdisciplinar. Segundo Carvalho (2001), esse novo campo de estudo:

[...] liderados pelas propostas teóricas de Stuart Hall, propõem uma nova abordagem para uma etnografia das expressões culturais contemporâneas, refazendo os esquemas vigentes de interpretação de temas como identidade, relações raciais, sexualidade, pertença étnica, hibridismo cultural, etc. (CARVALHO, 2001, p. 108).

De forma geral, as ciências sociais estudam a cultura e seus elementos sem, necessariamente, uma preocupação de chegar a ferramentas para a intervenção ou o controle. Já a administração é uma área do conhecimento essencialmente prática, e seus temas de análise são, em sua maioria, assim como a cultura organizacional, relacionados a variáveis encontradas dentro de organizações e que influenciam seus objetivos e resultados.

As características da cultura organizacional que têm influência no desenvolvimento da organização devem ser controladas ou manipuladas para a maximização do sucesso do modelo administrativo. O tema é abordado por muitos pesquisadores em administração mediante estudos comparativos, esquemas classificatórios e metodologias de intervenção e mudança, discutindo as interfaces entre cultura nacional ou social e a cultura organizacional (JAIME JR, 2002; MASCARENHAS, 2002).

O conceito de cultura vem sendo adotado, de modo mais genérico, com o intuito de evidenciar que diferentes grupos possuem padrões típicos de pensar, sentir e agir (JAIME JR, 2002; GEERTZ, 1989). O termo cultura pode ter várias definições. Segundo o dicionário de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1999), a cultura pode ser definida como:

[...] conjunto de características humanas que não são inatas, e se criam e se preservam ou aprimoram através da comunicação e cooperação entre indivíduos em sociedade. [...] nas ciências humanas [...] está associada a uma capacidade de simbolização considerada própria da vida coletiva e que é a das interações sociais. [...] O conjunto complexo dos códigos e padrões que regulam a ação humana individual e coletiva, tal como se desenvolvem em uma sociedade ou grupo específico, e que se manifestam em praticamente todos os aspectos da vida: modos de sobrevivência, norma de comportamento, crenças, instituições, valores espirituais, criações materiais etc. [...] cultura pode ser tomada como patrimônio próprio e distintivo de um grupo ou sociedade específica [...] (FERREIRA, 1999, p. 591).

Geertz (1989) defende a abordagem interpretativa no contexto da antropologia, onde a cultura é analisada minuciosamente através do método etnográfico. Segundo o referido autor, conceito de cultura é essencialmente semiótico:

Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo estas teias e sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado (GEERTZ, 1989, p. 15).

Segundo Berger e Luckmann (2002), a construção e a manutenção da cultura pressupõem a existência de um determinado nível de compartilhamento da realidade social edificada pelos membros de um grupo. A importância da utilização desse conceito está em demonstrar que modos peculiares de expressão e de interação social encontram explicações em hábitos, costumes e crenças compartilhadas pelos membros de um mesmo grupo ou sociedade.

Como existe uma diversidade de formulações para o termo cultura, com origens em diferentes áreas do conhecimento, para esse estudo, adotamos a concepção psicológica do conceito de cultura definido como:

[...] fonte de expressão do inconsciente humano, formas de cognição que caracterizam diferentes comunidades, símbolos compartilhados ou, ainda, valores básicos profundamente arraigados que influenciam e explicam os comportamentos e as formas de agir dos seres humanos e dos grupos. (SILVA; ZANELLI; TOLFO, 2014, p. 494).

Ao tratar, especificamente, da dinâmica da cultura dentro das instituições, Schein (2001) define cultura organizacional como um conjunto de padrões comportamentais desenvolvidos, descobertos ou inventados por um determinado grupo de pessoas pertencentes a uma instituição, cuja função primordial consiste em promover adaptação da organização, tanto no seu ambiente interno quanto externo. Assim, à medida que os membros de uma cultura aprendem a lidar com seus problemas de adaptação ao meio externo e a resolver seus conflitos de integração interna, esses padrões de resolução de problemas que funcionaram bem (por terem sido validados e legitimados pelo grupo) passam a ser ensinados a novos membros como uma forma correta de pensar, sentir e agir em relação àqueles problemas. Diante do exposto, fica a questão: como os conhecimentos cultura organizacional podem ser desvendados pelo modelo etnográfico? Como associar esses conhecimentos?

O trabalho etnográfico nas organizações deve tratá-las como processos simbólicos e sociais, discursos e práticas em contextos específicos, retirando a cultura da dimensão “oculta” para a dimensão “estratégica”. Desta forma, os estudos etnográficos nas organizações devem lutar contra a abordagem estreita, puramente indutiva e empirista da etnografia, para

desvendar as “estruturas profundas” de sentidos e significados múltiplos presentes nesse espaço, buscando os benefícios a partir da consciência de ser um processo aberto e contingente, reconhecendo e refletindo sobre a dimensão pessoal e subjetiva (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014; MICHEL, 2014; HUMPHREYS; WATSON, 2009; WAAL, 2009).

Não se deve estudar uma organização como uma entidade isolada, mas sim o processo de relação entre seus atores e outras organizações. A utilização do método etnográfico em pesquisas sobre cultura organizacional oferece a possibilidade de analisar a estruturação das relações sociais dentro de uma organização e em relação ao ambiente externo, conhecer mais profundamente sua realidade sociocultural e seu universo simbólico, a partir de uma abordagem microscópica (HUMPHREYS; WATSON, 2009; WAAL, 2009; MASCARENHAS, 2002).

A etnografia nas organizações, segundo Waal (2009) tem características e desafios cruciais ligados à natureza do objeto de estudo e à relação entre o etnógrafo e esse objeto, como a problemática de acesso e de intervenção, por exemplo. Segundo o autor, a etnografia pode abranger vários níveis da organização e seguir as relações entre elas. Geralmente, tende a ser feita em um local específico, dentro dos limites de uma organização selecionada como unidade de observação. Alega que é bastante comum ter problemas/limitações de acesso às organizações, ou mesmo o acesso negado, dependendo da impressão que o pesquisador causa e do tempo que leva para estabelecer o contato social com os tomadores de decisão que podem facilitar/bloquear o acesso a um ambiente de pesquisa. E ressalta que, mesmo quando o acesso for negado, o pesquisador pode estudar uma organização, através da literatura disponível, através de contatos informais com as pessoas envolvidas na organização, por exemplo.

A análise etnográfica das organizações pode ser compreendida como uma forma de mapear e compreender a cultura da instituição estudada, sendo um fator fundamental para a compreensão dos padrões de comportamentos, pensamentos/valores de seus integrantes (MICHEL, 2014; JEFFCUTT, 1994; ASHFORTH; MAEL, 1989).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa etnográfica, para entender a cultura organizacional, demanda tempo e acarreta novos e constantes questionamentos, embora as indagações prévias e iniciais da pesquisa proposta, possivelmente, tenham sido respondidas. O que se percebe nos textos referentes ao estudo das culturas organizacionais, através da pesquisa etnográfica, é a deficiência em se pontuar as dificuldades enfrentadas pelos pesquisadores em relação ao

acesso e processo de socialização e intervenção nas organizações. E, mais importante, as inovações e criatividade exigidas dos pesquisadores frente às mudanças de percursos, técnicas de abordagem e convivência com as pessoas envolvidas no processo, na medida em que o envolvimento e a apreensão mais profunda da rotina, dos processos e relações entre os atores são construídos nos processos de pesquisa.

Através do presente levantamento da bibliografia para identificar as associações do uso do método etnográfico e a compreensão da cultura organizacional, foi possível constatar que o mesmo é utilizado nas mais diversas áreas do conhecimento, como psicologia, antropologia, saúde, administração etc. A revisão bibliográfica direcionada para o tema indica que as produções remetem a questões como conceituação, contextualização e resultados da pesquisa realizada, mas carecem de relatos sobre a (re)invenção dos caminhos metodológicos, possibilidades de interação e análise da situação descrita. Tais carências devem ser preenchidas, visto que poderão auxiliar na compreensão das características inerentes ao próprio contexto organizacional e das pessoas ali inseridas - indivíduos que pensam, agem, reagem e interpretam suas ações, reações e relações.

Cabe destacar que a maioria da bibliografia consultada se ocupa em investigar setores e processos pontuais em empresas que atuam nas diversas áreas supracitadas, como por exemplo, compreensão da caracterização de quadros de doenças psicológicas; análise de condições socioeconômicas de comunidades sociais específicas; percepção de atores quanto a serviços públicos ou privados e até mesmo estudos sobre identidade nacional. No entanto, o método fica apenas referenciado nos tópicos de metodologia e de resultados nos trabalhos pesquisados, não havendo, contudo, uma descrição das formas inovadoras de sua aplicação e da contextualização e avanços de suas limitações.

Ressalta-se que, à medida que se inscrevam relatos mais densos dos problemas enfrentados pelos pesquisadores durante o processo e as soluções apresentadas para resolvê-los, novos caminhos e descobertas podem ser utilizadas por pesquisadores em futuras pesquisas, possibilitando uma etnografia mais profunda - com uma descrição densa - e o histórico de dificuldades e construção de novos olhares sobre suas problemáticas, para intervenções mais eficazes e condizentes com a realidade organizacional.

REFERÊNCIAS

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F.. Social Identity Theory and the Organization. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 1, p. 20-39, 1989. Doi: <http://dx.doi.org/10.2307/258189>.

BARBOSA, L.. Marketing etnográfico: colocando a etnografia em seu devido lugar. **Rev.**

Adm. Empres., v. 43, n. 3, p. 100-105, 2003. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902003000300007>.

BERGER, L. P.; LUCKMANN, T.. **A Construção Social da Realidade**: Tratado de Sociologia do Conhecimento. 21 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BEVILAQUA, C. B.. Entre o previsível e o contingente: etnografia do processo de decisão sobre uma política de ação afirmativa. **Rev. Antropol.**, v. 48, n. 01, p. 167-225, 2005. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-77012005000100005>.

CAPRARA, A.; LANDIM, L. P.. Ethnography: its uses, potentials and limits within health research. **Interface**, v. 12, n. 25, p. 363-376, 2008. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-32832008000200011>.

CARVALHO, J. J.. O olhar etnográfico e a voz subalterna. **Horiz. antropol.**, v. 07, n. 15, p. 107-147, 2001. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832001000100005>.

CASTRO, E. A. B.; CAMARGO JUNIOR, K. R.. Por uma etnografia dos cuidados de saúde após a alta hospitalar. **Ciênc. saúde coletiva**, v. 13, supl. 2, p. 2075-2088, 2008. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232008000900012>.

COSTA, M. C. S. Intersubjetividade e historicidade: contribuições da moderna hermenêutica à pesquisa etnográfica. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 10, n. 3, p. 372-382, 2002. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-11692002000300011>.

DALMOLIN, B. M.; LOPES, S. M. B.; VASCONCELLOS, M. P. C.. A construção metodológica do campo: etnografia, criatividade e sensibilidade na investigação. **Saúde soc.** São Paulo, v. 11, n. 02, p. 19-34, 2002. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-12902002000200003>.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Aurélio século XXI**: o dicionário da Língua Portuguesa. 3 ed. rev. ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GEERTZ, C.. **As Interpretações das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Rev. Adm. Empres.**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995a. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901995000200008>.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa – tipos fundamentais. **Rev. Adm. Empres.**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995b. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>.

GONZÁLEZ, M. C. The Four Seasons of Ethnography: a creation-centered ontology for ethnography. **International Journal of Intercultural Relations**, v. 24, n. 5, p. 623-650, 2000. Doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0147-1767\(00\)00020-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0147-1767(00)00020-1).

HANSEN, H. The ethnographic approach. **Human Relations**, v. 59, n. 8, p. 1049-1075, 2006. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0018726706068770>.

HUMPHREYS, M.; WATSON, T. Ethnographic Practices: From ‘Writing-up Ethnographic Research’ To ‘Writing Ethnography’. In: YBEMA, S.; YANOW, D.; WELS, H.; KAMSTEEG, F. (Eds.). **Organizational Ethnography**: Studying the Complexity of Everyday Life. Los Angeles: Sage Publications, 2009, p. 40-55. Doi:

<http://dx.doi.org/10.4135/9781446278925>.

JAIME JR, P.. Um texto, múltiplas interpretações: antropologia hermenêutica e cultura organizacional. **Rev. Adm. Empres.**, v. 42, n. 04, p. 72-83, 2002. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902002000400008>.

JEFFCUTT, P. From Interpretation to Representation in Organizational Analysis: Postmodernism, Ethnography and Organizational Symbolism. **Organization Studies**, v. 15, n. 2, p. 241-274, 1994. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/017084069401500204>.

JOHANN, S. **Gestão de pessoas e novas relações de trabalho**. Porto Alegre: FGV, 2000.
MAITLIS, S.; CHRISTIANSON, M.. Sensemaking in Organizations: Taking Stock and Moving Forward. **The Academy of Management Annals**, v. 8, n. 1, p. 57-125, 2014. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2014.873177>.

MALINOWSKI, B. K. **Argonautas do Pacífico Ocidental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos no arquipélago da Nova Guiné. 2. ed, São Paulo: Abril Cultural, 1978.
MASCARENHAS, A. O. Etnografia e cultura organizacional: uma contribuição da antropologia à administração de empresas. **Rev. Adm. Empres.**, v. 42, n. 2, p. 88-94, 2002. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902002000200008>.

MICHEL, A. The Mutual Constitution of Persons and Organizations: An Ontological Perspective on Organizational Change. **Organization Science**, v. 25, n. 4, p. 1082-1110, 2014. Doi: <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.2013.0887>.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

OLIVEIRA, R. C.. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir e escrever. In: OLIVEIRA, R. C.. **O trabalho do antropólogo**. São Paulo: Ed. UNESP, 1998.

PAULA, A. V.; OLIVEIRA, X. C. C.; VILAS BOAS, A. A.; GUIMARÃES, J. M. M.. Psychosocial factors involved in absenteeism - a qualitative analysis in a Brazilian context. **Psychology**, v. 05, n. 08, p. 808-818, 2014. Doi: <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2014.58092>.

PAULA, A. V.; PINTO, L. B.; LOBATO, C. B. P.; MAFRA, F. L. N.. Desenho também é coisa séria – desvelando o "funcionário padrão" da sociedade capitalista moderna no desenho animado Bob Esponja Calça Quadrada. **RAM - Rev. Adm. Mackenzie**, v. 15, n. 5, p. 45-71, 2014. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712014/administracao.v15n5p45-71>.

PINTO, M. R.; SANTOS, L. L. S. Em Busca de uma Trilha Interpretativista para a Pesquisa do Consumidor: Uma Proposta Baseada na Fenomenologia, na Etnografia e na Grounded Theory. **RAE electron**, v. 7, n. 2. Art. 25, 2008. Doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482008000200009>.

RESENDE, F. G; PAULA, A. V.. Influência da cultura organizacional na (re)construção da identidade dos trabalhadores: um estudo de caso em uma empresa de tratamento de resíduos no sul de Minas Gerais. **Psicologia: Teoria e Prática**, v. 13, n. 3, p. 124-138, 2011. Disponível em: < <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/ptp/article/view/2612> >.

ROCHA, E.; BARROS, C.. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. **Rev. Adm. Empres.**, v. 46, n. 04, p. 36-47, 2006. Doi:

<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902006000400005>.

SCHEIN, E. H. **Guia de Sobrevivência da Cultura Corporativa**. 2 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

SILVA, J. R. G.; VERGARA, S. C.. O Significado da Mudança: as percepções dos funcionários de uma empresa brasileira diante da expectativa de privatização. **Rev. Adm. Pública**, v. 34, n. 1, p. 79-99, 2000. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6254> >.

SILVA, N.; ZANELLI, J. C.; TOLFO, S. R. Cultura Organizacional. In: ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (orgs.). **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2014, p. 491-525.

WAAL, K. Getting going: Organizing Ethnographic Fieldwork. In: YBEMA, S.; YANOW, D.; WELS, H.; KAMSTEEG, F. (Eds.). **Organizational Ethnography: Studying the Complexity of Everyday Life**. Los Angeles: Sage Publications, 2009, p. 23-39. Doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446278>.

