

Pesquisa Qualitativa nos Estudos Organizacionais: Contribuições Fenomenológicas de Alfred Schütz

Qualitative Research in Organizational Studies: Phenomenological Contributions of Alfred Schütz

*FERNANDO GOMES DE PAIVA JÚNIOR**
*SÉRGIO CARVALHO BENÍCIO DE MELLO***

RESUMO

A ciência moderna está em crise, pois vivemos numa época em transição de paradigma, motivado por diferenças e complexidades. No campo organizacional, a pesquisa qualitativa emerge como uma alternativa metodológica ao pesquisador. Esta auxilia a compreensão do ator contemporâneo envolvido com o fenômeno da gestão, na medida em que relata suas experiências, impressões e sentimentos relativos ao cotidiano pessoal e profissional. A abordagem interpretativista, sob a visão fenomenológica social de Alfred Schütz, vem constituir uma das variantes do movimento fenomenológico, na medida em que possibilita o conhecimento de essências, as quais se constituem numa espécie de “armadura inteligível” de entendi-

* Professor do Programa de Pós-graduação em Administração (PROPAD) da UFPE. Coordenador da área de Empreendedorismo do Grupo de Estudo e Pesquisas em Tecnologia, Estudos Culturais e Consumo (GTECC/PROPAD/UFPE). E-mail: fernando.paivajr@ufpe.br

** Professor do Programa de Pós-graduação em Administração (PROPAD) da UFPE. Coordenador da área de Relacionamentos e Mercado do Grupo de Estudo e Pesquisas em Tecnologia, Estudos Culturais e Consumo (GTECC/PROPAD/UFPE). E-mail: sergio.benicio@pq.cnpq.br

mento do ser organizacional, que tem sua estrutura e leis específicas.

Palavras-chave: Pesquisa Qualitativa; Estudos organizacionais; Fenomenologia social; Alfred Schütz.

ABSTRACT

Modern science is in crisis. Today, we live in a scientific paradigm transition motivated by differences and complexities. In the organizational field, qualitative research emerges as a methodological alternative to the researcher. It aids the contemporary understanding of the actor involved with the management phenomenon, as it reveals his/her impressions and feelings related to personal and professional lived experiences. The interpretative approach of Alfred Schütz's social phenomenology constitutes one of the variants of the phenomenological movement that makes knowledge of essences possible, and constitutes a type of "intelligible armor" of the organizational being's understanding, which has its structure and specific laws.

1. INTRODUÇÃO

Vivemos num tempo de ambigüidades e momento de transição sincronizado com elementos que se encontram além ou aquém desse tempo. Santos (2006) nos lembra de que finalizamos um ciclo de hegemonia de uma ordem científica e que as condições epistemológicas das questões que formulamos estão inscritas no avesso das concepções adotadas para encontrarmos as respostas. Isso significa que estamos numa era em que a ciência moderna se desgasta e dá espaço para uma nova concepção de ciência. Essa agora se revela discrepante e discordante no sentido de ruptura com a tradição científica vigente.

Nesse sentido, Hochman (1994) nos leva a pensar que as relações entre comunidade acadêmica e paradigma científico são indissociáveis, tendo uma dinâmica de mudança como continuidade natural do que foi no passado, tendendo a ser reorganizadas pelas transformações provocadas pelo advento dos movimentos de ruptura emergentes com as novas tradições científicas.

Não pretendemos exaurir essa discussão e sim apresentar uma alternativa que contemple essa perspectiva, em especial no campo dos estudos organizacionais. Trata-se da pesquisa qualitativa. Segundo Neves (1996), ela surge no seio da Antropologia e da Sociologia, alcançando espaço nos últimos anos, em áreas como a Psicologia, a Educação e a Administração.

1.1 A evolução da pesquisa qualitativa como alternativa ao empiricismo

As metodologias de pesquisa nas ciências sociais estão vinculadas a temas sobre ontologia, epistemologia e natureza humana. Após revisar diversas posições relativas a esses tópicos, Morgan e Smircich (1980) argumentam que a dicotomia entre os métodos qualitativos e quantitativos é rudimentar e simplista. A ciência social contemporânea ainda permanece dominada por compromissos com métodos de pesquisa quase como fins em si mesmos, resultando em modos abstratos de empiricismo que representam base para a pesquisa quantitativa e para a qualitativa.

Há uma crítica acadêmica, na qual Santos (2006) revisita a disposição de se estudarem os fenômenos sociais como se fossem de caráter natural. Essa redução nem sempre é possível, uma vez que isso pode implicar em destruição grosseira dos fatos ou mesmo propensão a reduzi-los quase à irrelevância. Assim, a conformação entre esses dois tipos de formulação científica encontra obstáculos insuperáveis em aspectos como o fato de as ciências sociais não disporem de: leis universais, revisões confiáveis, objetividade e teorias explicativas, a ponto de garantir-lhes a abstração do real.

Ao realçar a importância da discussão dos estudos qualitativos, Godoy (1995) assinala que a pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta de dados, o pesquisador constituísse fundamental para essa modalidade de pesquisa e tem como preocupação essencial o sentido que as pessoas dão às coisas e à sua vida. Teixeira e Pacheco (2005) afirmam que o aumento do uso da abordagem qualitativa no campo da Administração parece ter ocorrido devido à valorização do ser humano, onde este deixa de ser visto apenas como um recurso a serviço de interesses econômicos.

1.2 A abordagem fenomenológica como variante da pesquisa qualitativa

Uma das vertentes da investigação qualitativa é a pesquisa fenomenológica. Essa tradição ainda é pouco freqüente na pesquisa organizacional. Parte dessa ausência advém da natureza filosófica da fenomenologia e de sua relativa novidade como metodologia de pesquisa na ciência social aplicada da Administração, a considerar que já é consagrado em áreas como Sociologia, Psicologia, Geografia e Educação.

Em sua forma mais pura, a essência das coisas (e.g., objetos dos estudos organizacionais) pode vir a ser tema de pesquisa na área. Quando, entretanto, alguém compreende a essência como o despertar daquilo que é significativo para a excelência gerencial ou na descrição dos mitos, culturas e símbolos organizacionais, então as possibilidades dessa tradição de pesquisa começam a emergir.

Além disso, a adoção das abordagens fenomenológicas está relacionada à linguagem “tribal” da fenomenologia. O vocabulário fenomenológico parece ser uma lista tortuosa de termos técnicos ou nomenclaturas gregas e latinas, a exemplo de intencionalidade, intuição eidética, *noema*, *noesis* e *epoqué*. De qualquer forma, todo campo de estudo tem sua parte de termos técnicos ou específicos e a fenomenologia não é uma exceção. Se seu método for dominado, sua linguagem poderá ser apreendida (SANDERS, 1982).

A concepção de fenômeno fundamenta-se nas visões idealista, neo-idealista, existencial e fenomenológica com relação à realidade do conhecimento. Conforme Martins e Bicudo (1994), a etimologia das origens do termo fenomenologia advém:

[...] da expressão grega fainomenon e deriva do verbo fainestai, que significa mostrar-se a si mesmo, ou é uma forma reduzida que provém de faino, designando o trazer à luz do dia. Faino advém da raiz Fa, entendida como fos, que quer dizer luz, aquilo que é brilhante. Portanto, fenômeno (fainomenon) diz respeito àquilo que se mostra em si mesmo, que se manifesta. Fainomena ou fenomenena é o que se situa à luz do dia ou que pode ser trazido à luz (p. 28).

Portanto, por fenômeno, no sentido originário e mais amplo, entende-se tudo o que aparece, que se manifesta ou se revela. Com Hegel, por meio da *Fenomenologia do espírito* (1807), o termo entrou definitivamente na tradição filosófica. A palavra

fenomenologia agrega, etimologicamente, as palavras *fenomena* e *logos*, significando o estudo ou a ciência do fenômeno. A partir de então, foram desenvolvidas diversas reflexões com respeito a essa abordagem filosófica. A mais destacada dessas reflexões foi a desenvolvida por Edmund Husserl, o que lhe confere o título de pai da fenomenologia. Mais adiante, desdobraremos a discussão sobre as contribuições desse filósofo.

A fenomenologia representa uma tendência dentro do idealismo filosófico e do denominado idealismo subjetivo. Ela é o estudo das essências, como a essência da percepção e a essência da consciência. Por outro lado, também corresponde a uma filosofia que substitui as essências na existência e não pensa que se possa compreender o homem e o mundo de outra forma, senão a partir de sua possibilidade de ser real ou factível, conforme o pensamento de Strasser (1967).

Nesse sentido, o fenomenólogo estuda a realidade com o desejo de descrevê-la, de apresentá-la tal como ela é em sua experiência pura, sem o propósito de incrementar-lhe transformações substanciais. O contexto cultural onde se apresentam os fenômenos permite, através da interpretação deles, estabelecer questionamentos, discussões dos pressupostos e uma busca dos significados da intencionalidade do sujeito frente à realidade.

Dentre as diferentes abordagens de tradição fenomenológica, existe a fenomenologia sociológica que é considerada, dentro das ciências sociais, como a *sociologia da vida cotidiana* (WAGNER, 1979). Em sua elaboração, existem influências do pensamento de Max Weber e de Edmund Husserl. Contudo, foi Alfred Schütz quem deu consistência aos princípios filosóficos de Husserl, criando teoria e método para a abordagem da realidade social. Este pensador é considerado pelos estudiosos (BARBER, 2004) do tema um importante representante do pensamento fenomenológico.

Ao tratar da adequação do conhecimento fenomenológico ao seu uso como método de investigação filosófica, Zuben (1989) alerta para o risco de encará-lo como uma “moda” ou um “mito” a ser contrastado com técnicas quantitativas e se passar a recorrer à fenomenologia como quem lança mão de um *kit* metodológico. Isso ocorre pela complexidade em torno da conjunção de conceitos operacionais com a filosofia, que não são devidamente esclarecidos ou fundamentados.

Uma ilustração da ausência da concepção fenomenológica como possibilidade investigativa no domínio organizacional pode ser encontrada no estudo realizado por Gibson e Hanes (2003). Embora tenham se voltado especificamente para o campo do desenvolvimento de Recursos Humanos, os autores realizam uma busca, em base de dados de 1998 a 2003, a fim de explorar o âmbito no qual a fenomenologia tenha sido utilizada como abordagem de pesquisa. Eles descobriram apenas 4 estudos em revistas e 9 em anais ou congressos, demonstrando ainda não haver interesse tão claro por essa abordagem.

Portanto, o ponto fundamental do estudo reside em considerar a fenomenologia como uma abordagem de pesquisa apropriada para explorar experiências relacionadas a aspectos humanos com possibilidades de utilização no campo dos estudos de Administração. Daí surge a seguinte questão: **Quais as contribuições da fenomenologia social para as investigações no campo dos estudos organizacionais?**

2. OS ALICERCES DA FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ

Antes de iniciarmos a discussão em torno das contribuições de Alfred Schütz para as investigações no campo dos estudos organizacionais, faz-se necessário apresentar as bases sociológicas e filosóficas, ou seja, a sociologia compreensiva de Max Weber e da fenomenologia de Edmund Husserl, que fundamentam o pensamento desse autor.

A sociologia compreensiva, fruto do idealismo alemão de Immanuel Kant¹, que recebeu também a contribuição de neokantianos como Max Weber, Edmund Husserl e Alfred Schütz, consolidou-se no bojo do paradigma interpretativista, o qual busca aproximar-se de um entendimento da natureza fundamental do mundo social no âmbito da experiência subjetiva do indivíduo, na condição de co-participante daquela realidade (BURRELL; MORGAN, 1979).

¹ O idealismo alemão de Kant concebe o ser como o limite da pretensão do fenômeno, permanecendo o próprio ser fora do alcance da razão pura. Distinguindo a experiência da coisa em si, transcendente à experiência e incognoscível, admite, contudo, um postulado metafísico, fazendo coincidir o campo-limite do conhecimento com os limites da experiência no tempo e no espaço.

2.1. A sociologia compreensiva de Max Weber

A abordagem compreensiva é reconhecidamente antipositivista. Esta vertente privilegia a compreensão e a inteligibilidade como propriedades específicas dos fenômenos sociais, mostrando que os conceitos de *significado* e de *intencionalidade* os separam dos fenômenos naturais.

Embora existam distintos métodos e desenhos na operacionalização de estudos sob o enfoque das abordagens compreensivas, alguns elementos são comuns a todas e se apresentam no quadro a seguir:

Quadro 1 – Elementos característicos das abordagens compreensivas

1	Foco na experiência vivencial e no reconhecimento de que as realidades humanas são complexas.
2	Contato nos próprios contextos sociais das pessoas.
3	Relação entre investigadores e investigados como expressão da empatia e do encontro intersubjetivo, face a face.
4	Resultados como expressão da racionalidade dos contextos e da lógica interna dos diversos atores e grupos que estão sendo estudados.
5	Busca pela apresentação, por parte dos textos oriundos de análises compreensivas, da realidade de forma dinâmica, evidenciando o ponto de vista de diversos atores ante um projeto social sempre em construção e em projeção para o futuro.
6	Conclusões não universalizáveis, embora a compreensão de contextos peculiares permita inferências mais abrangentes.
Fonte: Adaptado de Minayo (2007).	

No campo das ciências sociais, foi Max Weber quem estabeleceu as bases teórico-metodológicas da visão compreensiva, considerando o papel do indivíduo e da sua ação na construção da realidade. De acordo com Colliot-Thélène (1995), para Weber, os sociólogos necessariamente têm de tratar dos significados subjetivos do ato social, tendo como foco a captação da relação de sentido da ação humana.

A tentativa de captar o mundo, compreendido pelo líder organizacional e concebido como sujeito dotado de uma racionalidade peculiar que se propõe a experimentar formas inovadoras de exercer sua totalidade na prática da gestão, conduz o estudioso dos estudos organizacionais a reconhecer a abordagem compreensiva de Weber, com uma contribuição significativa no entendimento do agir social (WEBER, 2000). E o que é esse agir?

O sociólogo o define como um comportamento humano, ao qual o(s) agente(s) associa(m) o sentido subjetivo orientado para o comportamento dos outros. Embora esse agir somente seja real e efetivamente significativo, quando ele é pleno e consciente, a ação social do dirigente de uma empresa, por exemplo, constitui uma virtual derivação da sua ação racional, da qual ele lança mão ao dotá-la de sentido coerente com seu pensar e agir no plano da sua prática pessoal e profissional.

O tipo ideal para Weber (1999), que é sua contribuição metodológica, representa a tentativa de apreender os atores ou seus vários elementos em conceitos genéricos que não se manifestam na sua plena natureza conceitual, ou o fazem eventualmente; e, caso o conceito não manifeste seu poder classificatório, afasta-nos da realidade. O tipo da ação racional de um eventual líder organizacional que busca garantir a geração de negócios e riquezas, a ponto de fazer florescer o capitalismo numa comunidade, constitui uma concepção determinante para a gênese da prática de racionalização econômica no berço do modelo capitalista, como extrato dos “ideais de vida” da moderna sociedade burguesa (WEBER, 2000, 2004).

Uma vez que toda compreensão tende para a evidência, a questão é definir a atividade social mais evidente racionalmente. Para isso, Freund (1987) registra que Weber distingue a ação social em quatro categorias: a ação racional por fins, ação racional por valores, a ação afetiva e a ação tradicional. Percebemos, no entanto, que essa estratificação categorial tem seu efeito expositivo, mas na realidade a ação social, sob as quatro versões citadas, exerce inter-relação plena entre si, conforme o quadro 2 na página seguinte.

O tipo ideal mais evidenciado da sociologia *weberiana* é o de ação racional, ilustrada pela declaração de que:

[...] o que se configura da compreensão de Weber sobre a ação racional reside na forma mais previsível e compreensível do comportamento das pessoas que, desapegadas de suas tradições e afetos, agem diante das situações de modo bastante regular, pois suas ponderações sobre os custos e benefícios de cada alternativa são feitas segundo regras relativamente universais de raciocínio (NOGUEIRA, 1999, p. 15).

Ao considerar os atributos que permitem o conhecimento dos fenômenos por meio de supostas evidências, Weber esclarece

Quadro 2 – Tipos de ação social na abordagem de Weber

1	A ação racional movida pelos fins tem o sentido teleológico de hierarquia dos meios, baseando-se em um plano progressivo
2	A ação racional movida por valores tem a característica de se inspirar, no curso de seu desenvolvimento, na moral de convicção do agente, sem se preocupar com as conseqüências previsíveis.
3	A ação afetiva comporta elementos não compreensíveis de ordem instintiva, sensorial, emocional ou passional, ou mesmo uma sublimação a ser explicada pela psicologia e pela psicanálise.
4	A ação tradicional consiste numa conduta maquinal, de obediência inconsciente ao costume, comportando por essa razão elementos pouco compreensíveis; ao considerar o lado do comportamento racional por valor, o agente chega a considerar a tradição como um valor que merece ser respeitado.
Fonte: Adaptado de Weber (2004).	

que a compreensão não diz respeito às personalidades dos agentes, muito menos a quaisquer vivências, mas às suas ações, que são a marca da sua experiência. Vale dizer que não lhe interessam as ações *de per se*, mas sim o estabelecimento de nexos de sentido entre as várias ações do mesmo agente (típico) ou entre agentes ou ações de atores diversos, num mesmo contexto. Daí a importância de mecanismos construtivos envolvidos no *tipo*, do contrário não se tem como transcender a pura realidade vivida (COHN, 1979).

A partir do entendimento de que a sociedade é fruto de uma inter-relação de atores sociais, em que as ações de uns são reciprocamente orientadas em direção às ações dos outros, as ciências sociais, na perspectiva weberiana, requerem parâmetros distintos daqueles adotados nas ciências da natureza, tais como:

- a) Realização de pesquisas empíricas com a finalidade de constituírem dados que dêem conta das formulações teóricas;
- b) Os dados devem derivar do modo de vida dos atores sociais;
- c) Os agentes sociais dão significado a seus ambientes, relações e eventos de forma extremamente variada;
- d) Esses agentes podem descrever, explicar e justificar suas ações, motivadas por causas tradicionais, sentimentos afetivos ou por elementos racionais;
- e) As realidades sociais só podem ser identificadas na linguagem significativa da interação social. Por isso, a linguagem, as coisas e os acontecimentos são inseparáveis.

2.2. A INFLUÊNCIA DA FENOMENOLOGIA DE EDMUND HUSSERL

Edmund Husserl é considerado criador da fenomenologia. Para ele, essa tradição constitui, em primeiro lugar, uma atitude ou postura fenomenológica e, em segundo, um movimento de idéias revestido de método próprio, a contemplar sempre o rigor do conhecimento, anseio advindo da inspiração na idéia cartesiana de fundamentação radical da filosofia e, com isso, de todas as ciências (HUSSERL, 2002). Suas contribuições mais importantes residem na elaboração do *método fenomenológico* e na descrição da *atitude fenomenológica*.

Ele busca estudar não puramente o ser, nem sua representação ou aparência, mas ele, tal como se apresenta na condição de fenômeno, considerado tudo aquilo que aparece na consciência. Essa corrente está voltada para os estudos dos fenômenos puros, e sua tarefa reside na concepção dos significados das vivências do ser humano. Husserl concebe que a forma do conhecimento, como está posta, não parece suficiente para que haja uma idéia universalmente válida sobre a essência da verdade, que garanta a descoberta das diversas esferas do ser. Com isso, ele resgata a preocupação com a premência de um conhecimento *a priori* com relação ao significado dos fenômenos a serem estudados pela ciência e defende o princípio ontológico de que o estudo do ser é diferente do estudo do significado do ser, indo este último além de uma lógica meramente formal (HUSSERL, 1996).

A filosofia do ser proposta por Husserl é concebida sob a égide da teoria da intuição. Em oposição ao psicologismo e ao conhecimento naturalista vigentes na época, nela ele insiste que o sujeito não exerce uma relação passiva de percepção com o objeto. Isso significa que a consciência humana constitui o objeto ativo da experiência. Embora este princípio tenha tomado rumos diversos em termos de disciplinas e linhas do conhecimento, ele constitui a pedra de fundação do estudo qualitativo das práticas de construção da realidade (HOLSTEIN; GUBRIUM, 1994).

Na sua obra *Meditações cartesianas*, Husserl concebe a *epoché* como a suspensão do juízo que coloca desde logo em evidência a subjetividade constitutiva que ele chama, por esta razão, de um resíduo que permanece após a redução fenomenológica (HUSSERL, 2002). Nesse ponto, o método fenomenológico preluía um esforço de reflexão destinado a revelar-nos os preconceitos

enraizados em nós e isolá-lo, para que o fenômeno possa se revelar na sua forma mais pura.

Uma das indagações que parece fundamental para a compreensão do pensamento de Husserl diz respeito ao novo problema ontológico do conceito de transcendência de alguma coisa, como sendo o captado por conteúdos essenciais da percepção ou por certas estruturas da consciência, as quais ele nomeia de experiências apodícticas ou evidencialmente irrefutáveis.

O realce da reflexão de Husserl reside em traduzir a preocupação com o estado de aporia em que se encontra o naturalismo, por interpretar o idealismo sob noções epistemológicas idênticas à sua concepção de realismo. O ato de isolar aspectos de tempo e espaço na esfera da consciência se dá ao desconectar o mundo psíquico do físico, como se o primeiro não fizesse parte da natureza e não apresentasse qualquer relação causal com o segundo.

A meta final de Husserl corresponde à criação de uma filosofia sem pressuposições. O ponto inicial disso consiste nas experiências do ser humano consciente, que vive e age em um “mundo” por ele percebido e interpretado e que lhe faz sentido. A forma de relacionar-se com este mundo é por meio da intencionalidade espontânea e ao mesmo tempo ativa.

Uma contribuição da fenomenologia clarificadora de Husserl para a área de Administração está no estudo de Fonsêca e Mello (2005), apoiado pela base epistemológica dos saberes provenientes da sociologia do conhecimento, relacionamento interpessoal e parassocial da marca com o consumidor. O fenômeno é captado por intermédio de entrevistas em profundidade com gerentes da empresa McDonalds. Após a aplicação do método fenomenológico, emergiu uma estrutura de seis entidades universais que revestem o significado clarificado da relação marca-consumidor, quais sejam: identidade, julgamento, confiança e comprometimento, desempenho, interação e afeto.

3. A FENOMENOLOGIA SOCIAL DE ALFRED SCHÜTZ

Para permear as discussões sobre a experiência intersubjetiva vinculada ao fenômeno organizacional, insurgente na proposta deste estudo, escolhemos o pensamento teórico de Alfred Schütz, embora estejamos conscientes dos poucos estudos realizados no

campo da Administração, sob a batuta do paradigma interpretativista orientado pelo seu pensamento (PAIVA JÚNIOR, 2004, 2005a, 2005b).

Ao captar os interesses de Husserl, no sentido do entender como os membros comuns da sociedade constroem e reconstruem a vida diária, Schütz introduz um conjunto de princípios que sustentam as bases das teorias de autores construcionistas (BERGER; LUCKMANN, 2005) e etnometodológicos (GARFINKEL, 1967) de construção do conhecimento. O autor argumenta que as ciências sociais devem se voltar para as direções do cotidiano, ou seja, aquilo que o dirigente assume como verdade, é produzido e experienciado pelos membros da organização (HOLSTEIN; GUBRIUM, 1994).

Os gestores, sob essa perspectiva, compartilham uma vida social consciente com os demais atores organizacionais. A consciência de que as organizações compreendem um composto de muitas personalidades interagindo, oferece ao líder uma perspectiva múltipla de consciências (WAGNER, 1979). Isso pode demarcar a percepção dele, pelo conceito que tem de si próprio (auto-imagem) e esse conceito projetado nos demais (alter-imagem). A compreensão se volta, portanto, para as intenções que orientam a ação do gestor e para as significações (intersubjetivas) de seus atos. Nesse sentido, existem dois pontos fundamentais no pensamento de Schütz que nos possibilitam compreender esses intentos: as estruturas do mundo da vida cotidiana e o sistema de relevância.

As estruturas do mundo da vida cotidiana na atitude natural nos fazem pressupor que este mundo existe antes que nos seja apresentado e estará **aqui** após partirmos. A recomendação de Schütz é de que o estudo da ação social assuma o lugar na atitude natural, por se colocarem as pré-concepções (e.g., organizacionais, gerenciais, mercadológicas) entre parêntesis (*bracketing*) ou em suspenso (SCHÜTZ, 1970). Essas estruturas estão carregadas de alternativas ou escolhas, que podem ser inteiramente indiferentes do ponto de vista moral; no entanto, elas também podem estar moralmente motivadas. Em outros termos, as regras, as normas, a estrutura funcional da organização e o *modus vivendi* apresentam-se para os gestores como a realidade organizacional.

Essa realidade impõe ao líder empresarial determinada ordem social (situação), que influência suas decisões no momento em que lhe dispõe um conjunto de condições, de barreiras e de circuns-

tâncias que podem [im]possibilitar a realização de seus projetos. Assim, quanto maior a moralidade do ato e do compromisso pessoal e menor a individualidade e o risco na decisão acerca de uma alternativa dada, tanto mais facilmente essa decisão eleva-se acima da esfera privada, sendo legitimada na esfera pública.

Nesse contexto, Schütz orienta-se para a subjetividade (do mundo da vida) das pessoas, a exemplo dos gestores, no ímpeto de examinar o saber do senso comum e as reflexões práticas que elas utilizam para objetivar suas formas sociais (por exemplo, relações de produção). Dessa maneira, é possível compreender como se percebe a realidade organizacional por meio do estoque de conhecimento dos atores que a compõem. Esse estoque é composto de *construtos* do senso comum e de categorias que são originalmente sociais, por exemplo, as imagens, teorias, idéias, valores e atitudes que são aplicadas a aspectos da experiência (seja pessoal ou organizacional) e lhes fazem sentido. Portanto, o estoque de conhecimentos é o recurso com o qual o gestor interpreta experiências, capta intenções e motivações dos *stakeholders*; recurso através do qual conseguem entendimento intersubjetivo e coordenam as ações (WAGNER, 1979). Além disso, a intersubjetividade em Schütz, de acordo com Capalbo (1979), é composta por fatos sociais, que inserem aspectos relevantes como a vontade e a afetividade do sujeito, de modo a permitir o entendimento da austeridade na dinâmica da prática social.

No cotidiano, existem situações em que sentamos e pensamos nos problemas. No caso do ator organizacional, ele vai fazer isso em pontos críticos de sua vida, isto é, quando a situação põe em xeque as suas habilidades de formular, solucionar, implementar problemas gerenciais e conseguir manter suas soluções em ambientes turbulentos. Nesse contexto, o gestor – por ser um ator reflexivo e produtor de sentido – é capaz de modificar a realidade organizacional em conjunto com os *stakeholders*, adequando-a para enfrentar, de forma efetiva, as intempéries do mercado. O seu principal intento reside em dominar determinada situação, na medida em que aceita suas emoções como guias para encontrar uma solução adequada, uma vez que elas também têm suas raízes no seu interesse prático associado àquela solução. Um exemplo ilustrativo dessa situação se revela, quando o fundador de grupo organizacional se vê diante da venda de uma parte de seus empreendimentos e demonstra um

sentimento de perda análogo à morte de um filho, embora a operação tenha lhe rendido um lucro extraordinário.

O sistema de relevâncias e tipificações, tal como existe em qualquer momento histórico, constitui uma parte da herança social transmitida aos membros da organização por intermédio de processo educacional (e.g., treinamento, cursos). As principais funções desse sistema correspondem a pontos como: a) determinar os fatos ou eventos a serem tratados como iguais ou homogêneos (e.g., manual de procedimentos), como forma de solucionar problemas típicos emergentes em situações semelhantes; b) transformar ações individuais únicas em papéis sociais (e.g., cargos e funções) que se originam de motivações típicas; c) funcionar como um código de interpretação e de orientação (e.g., missão, regimento interno e objetivos) para cada membro da organização; d) aumentar as chances de sucessão da interação humana, que significa o estabelecimento de uma congruência entre o código tipificado usado pelo gestor (código de orientação) e aquele utilizado por seus pares (código de interpretação), se ambos dependem da padronização do código de tipificação e se o sistema de relevâncias pertinentes é institucionalizado.

Se a consciência humana é necessariamente tipificada, Schütz (1970) afirma que a linguagem é o veículo central da transmissão de tipificações e, por conseguinte, de significados dos objetos da experiência. Nessa concepção estrutural, a tarefa essencial da linguagem é converter a informação, a fim de descrever a realidade. Percebidos como sistemas constitutivos de tipificações, as palavras, os manuais de procedimento, os treinamentos, cursos, comunicação interna da organização podem ser reconhecidos como os blocos de construção da realidade organizacional. Dessa forma, a fenomenologia social reside no preceito de que a interação social constrói e transmite significados (SCHÜTZ; LUCKMANN, 1973).

Com base nos dois pontos fundamentais do pensamento de Schütz, o problema principal para esse autor diz respeito à questão da ação humana ser planejada a partir de um projeto que determinado ator se propõe a realizar (WAGNER, 1979). De certo, toda ação dos gestores é dotada de sentido e é sempre intencionalizada. Essa ação designa suas condutas nas organizações como um processo em curso com base em projetos preconcebidos e é parte constitutiva de um ato intencional maior. Este ato rela-

ciona-se com a ação de julgar, perceber, qualificar, desejar e criar uma realidade para o objeto intencionado (e.g., projeto, decisão, solução de conflitos). A conduta torna-se social, quando é dirigida para atores-chave, a exemplo dos *stakeholders*.

No entanto, como é possível compreender a ação, se sua significação é subjetiva? Schütz responderá que, pelos motivos da ação: “motivos porque” e “motivos para quê”. Os primeiros se atêm ao passado sedimentado, isto é, à situação em que o gestor já possui sua bagagem de conhecimentos disponíveis (gostos, inclinações, preferências, preconceitos) e que irão determinar o projeto; os segundos se referem ao projeto a realizar e à vontade de fazê-lo, como forma de desencadear a ação (planejamento).

Para a fenomenologia social, as pessoas se situam na vida com suas angústias e preocupações, em intersubjetividade com companheiros, predecessores, sucessores e pares. Por isso, o espaço e o tempo privilegiados nessa teoria são a vida presente e a relação face a face (SCHÜTZ, 1975). No entendimento do autor, o mundo social apresenta-se aos indivíduos na forma de um sistema objetivado de designações compartilhadas e de formas expressivas. Esse é o mundo da cotidianidade, tal como é vivenciado pelos seres humanos em *atitude natural* e aceito por eles.

4. O MÉTODO: A REDUÇÃO FENOMENOLÓGICA

A redução consiste na busca da compreensão dos elementos essenciais do relato dos atores, como indicativo da verdade revelada pela sua consciência transcendental, ao expressarem um cotidiano demarcador do fenômeno (DERRIDA, 1996). A observação de Lyotard (1999) parece esclarecer a relação do ator com o seu objeto (e.g., a organização, a rede de negócios, a unidade produtiva), uma vez que a intencionalidade é seu objetivo, embora seja igualmente uma dotação de sentido. Dessa forma, o autor afirma que:

O sentido do mundo é assim decifrado como sentido que eu dou ao mundo; mas tal sentido é vivido como objetivo, descubro-o, de outra forma não seria o sentido que o mundo tem para mim. Ao proporcionar-nos a análise intencional, a redução permite descrever rigorosamente a relação sujeito-objeto. Essa descrição consiste em pôr em ação a filosofia imanente à consciência natural e não em desposar passivamente o dado [...] (p. 34).

As principais características do método fenomenológico correspondem à possibilidade de se explorarem situações, valores e práticas com base na visão dos próprios atores; da descoberta de novos conhecimentos, ao invés de verificar o saber já conhecido; da não- generalização dos resultados da pesquisa estatisticamente, por trabalhar com amostras intencionais e experiências singulares; da exigência de uma habilidade do pesquisador para interagir com o interlocutor, conduzindo a entrevista como um diálogo, reconduzindo a exploração de temas no decorrer da entrevista e mantendo-se atento a desvios relacionados à autenticidade do relato (VERGARA, 2005).

O tratamento dos dados se dá por meio da formação de *clusters* ou grupos de análise que são utilizados com base em termos utilizados pelos próprios sujeitos da pesquisa (NEVES, 1996). Em relação à interpretação dos dados em específico e ao processo de investigação como um todo, admite-se a presença da subjetividade do pesquisador, embora, na perspectiva husserliana, o abandono de pressupostos e julgamentos seja inerente ao método fenomenológico. Esse ato pressupõe uma suspensão, um colocar entre parênteses, partes que não deixam de existir, mas que são desconsideradas temporariamente, deixando o pesquisador “livre” para compreender o que se mostra. A esse processo denomina-se *epoché* ou redução fenomenológica.

Outro movimento a ser realizado pelo pesquisador é o da redução eidética, que significa a busca pela essência do objeto, ou seja, os atributos sem os quais ele não pode ser identificado. Assim, a redução permite ter como dado a essência do fenômeno que se determina por sua universalidade. Isto significa que a fenomenologia estuda o universal em lugar do particular.

Portanto, vale lembrar concepções de Carvalho e Vergara (2002), quando afirmam que não se deve tolher esforços mais ousados do pesquisador, no sentido de avançar em estudos que agreguem a perspectiva interpretativa, subjetiva e crítica permitidas por possibilidades interdisciplinares e transdisciplinares da pesquisa em áreas específicas, como o domínio dos estudos organizacionais.

5. UMA CONTRIBUIÇÃO DA FENOMENOLOGIA AO CAMPO DOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

O conhecimento construído no âmbito da fenomenologia pode ser explorado por outros enfoques, em um contexto de complementaridade de métodos, agregando certa contribuição para a pesquisa em Administração (VERGARA, 2005). Por uma perspectiva mais estrutural, Brown (1978) assume a racionalidade, a legitimidade ou a autoridade como dimensões que podem ser reconhecidas como estruturas de consciência, assim como características dos cenários cotidianos das empresas.

Dessa maneira, a construção de temáticas vinculadas à gestão, por exemplo, podem ser reinterpretadas fenomenologicamente, compondo os fundamentos praxiológicos da vida organizacional. Os métodos de pesquisa qualitativa, explicitamente chamados de fenomenológicos, incluem entrevistas em profundidade e análises do discurso, especialmente na forma como são desenvolvidos historicamente no âmbito das ciências sociais, compreendidos eventualmente como interpretativos e pós-fenomenológicos.

A forma vivencial das aplicações da fenomenologia em investigações no cotidiano de organizações e uma ilustração da fenomenologia social de Alfred Schütz, num estudo no âmbito dos estudos organizacionais, podem trazer reflexões significativas à solução científica de problemáticas de pesquisa emergentes no dia-dia da Administração.

5.1. Aplicações da fenomenologia em investigações no cotidiano de organizações

Uma ilustração desse esforço no campo dos estudos organizacionais pode ser registrada na investigação de Bauer e Mesquita (2004), que traz uma problemática relativa ao papel da identidade dos indivíduos, na forma de perceber e se relacionar com suas organizações e como se articula a identidade do indivíduo com suas múltiplas e fragmentadas identidades sociais. Os autores levantam o aspecto de como as organizações participam desse processo e até onde a identificação com a organização está relacionada com a identidade social e individual. Para isso, foi utilizado o método fenomenológico por meio da hermenêutica, com a realização de entrevistas e observações nas propriedades de agricultores, familiares e ecologistas, em feiras de produtos orgânicos, jun-

tamente com seus grupos associativos, além de uma análise documental nas cooperativas, associações e ONGs de duas regiões do Rio Grande do Sul.

O estudo desenvolvido por Thompson, Locander e Pollio (1990) apresenta uma descrição fenomenológica existencial a respeito de experiências cotidianas de consumo vivenciadas por mulheres casadas e com filhos. Trata-se de um estudo de caso ideográfico que proporciona uma descrição densa do fenômeno do consumo e ilustra o processo hermenêutico em sua interpretação. Emergem no estudo três temas interpretativos, apresentados como sendo mutuamente relacionados a uma *gestalt*, configurada pela base contextual de participantes em situações comuns do dia-a-dia. Vistos de forma holística, os aspectos temáticos exigem várias relações dialéticas.

As proposições geradas por uma investigação fenomenológica podem ser utilizadas para o posterior desenvolvimento de hipóteses testáveis, valendo-se do método hipotético-dedutivo. Uma ilustração do esforço de argumentação, procedimentos e formas de utilização nos estudos organizacionais se revela nos estudos de Carvalho e Vergara (2002), onde sugerem que a opção fenomenológica constitui uma opção investigativa particularmente interessante e promissora, para propiciar o melhor conhecimento de compreensão das experiências interativas e das vivências essenciais no âmbito das organizações de serviços.

Em suma, é imperativo lembrar a orientação de Giddens (2000) de que, num estudo qualitativo, vale desenvolver uma noção de contexto do ator que atue num intercâmbio direto com seu ambiente natural e se estabeleça por mediação das características particulares da sociedade a que pertence. Assim, quando se pretende estudar a evolução da sociedade humana, é necessário partir do exame empírico dos processos concretos da vida social que constituem condição da existência humana.

5.2. Uma ilustração da fenomenologia social de Alfred Schütz

Diante da dificuldade de lidar com pluralidade de fenomenologias, a fenomenologia social de Alfred Schütz se sobressai pela plausibilidade do método e adequação a problemas de investigação que podem ser úteis ao campo dos estudos organizacionais. Nesse sentido, a dimensão reflexiva permeia a suposta ação do

dirigente organizacional no seu cotidiano, não apenas no ambiente profissional, mas também em diversos espaços do seu convívio social (SCHÖN, 1996). Nessa perspectiva, um dirigente de perfil empreendedor, marcado pela busca do objetivo maior de projeção existencial em pleno estado de consciência, pode ser analisado sob o prisma de investigação que ponha, de manifesto, a componente intersubjetiva de suas relações com outros atores da empresa e da rede de negócios que subjaz a toda a articulação com o ambiente organizacional.

O estudo desenvolvido por Paiva Júnior (2004) apresenta uma contribuição da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz no campo dos estudos organizacionais, notadamente o fenômeno do empreendedorismo, que tem demandado enfoques diferenciados de pesquisa para sua compreensão. Seu objetivo reside em compreender, sob a perspectiva de dirigentes de empresas de base tecnológica da Região Metropolitana do Recife, o sentido da ação de criação e desenvolvimento de negócios.

Um pressuposto do estudo foi que o empreendedor se conduz pelas experiências vividas no cotidiano pessoal e empresarial. Nesse sentido, o referencial da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz propiciou a análise sócio-existencial da ação social do empreendedor, a partir de suas relações dialógicas e reflexivas num contexto sócio-cultural, político-econômico e tecnológico.

Pela redução fenomenológica dos relatos dos dirigentes entrevistados em profundidade, chegou-se a seis grandes categorias universalizantes que revestem o pensamento e a ação do empreendedor na forma de essências: a imaginação social, a cultura, a identidade, as relações de poder, a *expertise* e, na composição desses elementos em torno de um sentido estrutural, a interação social (PAIVA JÚNIOR, 2004).

O estudo revela que a interação reflexiva e dialógica impulsiona o empreendedor a descobrir motivos para deslanchar sua conduta de reconhecimento e aplicação de oportunidades de negócios, munido de uma ética relacional e da capacidade de ação deliberada de trânsito. Isso se sintetiza no *aqui e agora*, desde as experiências vividas de realizações e vicissitudes, até a antecipação

de um futuro repleto de transformações bem sucedidas (PAIVA JÚNIOR, 2004).

Sob a inspiração de Paiva Júnior (2004), Boava e Macedo (2006) realizam um estudo sobre a essência do empreendedorismo, a partir do estado de conhecimento de dimensão ontológica do fenômeno empreendedor, como forma de gerar resultados capazes de contribuir para uma nova forma de sua compreensão. Por sua característica deflagradora de novas abordagens no campo, essa compreensão chega até a aproximar a Filosofia dos Estudos Organizacionais.

6. CONCLUSÕES

Retornando à questão original do estudo: **Quais as contribuições da fenomenologia social para as investigações no campo dos estudos organizacionais?** Tentamos refletir sobre pontos primordiais para a pesquisa qualitativa nas áreas do conhecimento que debatem possibilidades de investigação em esferas que dizem respeito a estruturas, tecnologias e ações voltadas para a Administração.

Ao adotarmos a idéia de que os estudos organizacionais se constituem de conversações instituídas por domínios temáticos afins como elementos definidores do campo, reconhecemos que o conhecimento organizacional é fruto de diversidade de locais, leitores e intérpretes e de identidades constantemente sujeitas a negociações e ajustes de significados. Dessa forma, a pesquisa qualitativa, no curso de abordagens como a fenomenológica, permite ao pesquisador organizacional acessar os fenômenos percebidos, lembrados e desejados do ambiente da organização na sua condição de significados e estruturas estabelecidos como experiências humanas vividas. Logo, essa concepção de pesquisa pode ser adaptável a fenômenos que revelem como o despertar humano está implicado na produção da ação, situações e mundos sociais que venham a ocorrer nos cenários relativos à Administração.

A partir da interpretação de aspectos emotivos e vivenciais do líder organizacional, bem como do seu relacionamento com o cotidiano empresarial, pode surgir o momento de alcance do seu

resgate conceitual, por meio do direcionamento de esforços epistemológicos que se comprometam a mobilizar rupturas com a perspectiva da racionalidade instrumental clássica. Esse prisma de visão direciona as problemáticas vigentes nas discussões das ciências vinculadas às percepções da ciência normal. Logo, o efeito de investigar experiências humanas fora do confinamento de teorias pré-existentes e *construtos* bem-estabelecidos pode permitir novos *insights* nos processos particularmente complexos de gestão e liderança, a exemplo de temas como mentoria, emoção e transformação da equipe e desenvolvimento profissional.

De toda forma, não pretendemos aqui afirmar que a fenomenologia suplante todas as demais abordagens de pesquisa, uma vez que, embora nossos argumentos sejam a favor da utilização de métodos qualitativos de teor fenomenológico na pesquisa social, não pretendemos afirmar que essa abordagem seja a que melhor se presta às ciências sociais, em especial à Administração, onde podem ser encontrados dados e situações dos mais variados tipos. Há ocasiões em que se observa certa tendência, padrão ou correlação entre variáveis. No intuito de se descrever ou explicar fenômenos, elas demandam que o pesquisador venha eventualmente a recorrer à adoção de métodos quantitativos.

A fenomenologia é um movimento predecessor de importantes escolas de pensamento e pesquisa em humanidades, social, em saúde e ciências naturais durante o Século XX, tais como interacionismo simbólico, etnometodologia e construcionismo social. Diante desse histórico de caráter estruturador do conhecimento, alertamos os estudiosos da área organizacional que é imperativo o despertar da sensibilidade investigativa para resultados de estudos ancorados na tradição fenomenológica e nos métodos dela provenientes, até mesmo como forma de se [re]visitarem práticas, tecnologias e arranjos organizacionais vigentes e descobrir novos formatos de gestão e perfis de liderança insurgentes no mundo das práticas sociais.

Administração como liderança é uma atividade interpessoal e relacional altamente complexa. Por essa razão, a fenomenologia, cuja preocupação se pauta por aclarar os significados da experiência humana, poderia ser adotada de forma efetiva para um leque de experiências intersubjetivas no campo organizacional, a exemplo de problemas com perguntas de pesquisa como: Qual a natureza

da prática de competência gerencial? O que significa ser dirigente? O que é possível perceber ou pensar quanto à essência da experiência da gestão?

A preocupação teórico-empírica recorrente no estudo diz respeito ao porquê de desejarmos participar do desenvolvimento de uma fenomenologia social para estudos interdisciplinares com respeito à acessibilidade das pesquisas organizacionais a áreas transversais como gênero, etnia e relações de trabalho. Atualmente, abordagens de pesquisa qualitativa que postulam princípios dessa ordem, ao dispor de distintos métodos de pesquisa, revelam-se como uma abordagem portadora de potencial de ressurgimento.

REFERÊNCIAS

BARBER, M. *The Participating Citizen: A Biography of Alfred Schütz*. New York: State University of New York Press, 2004.

BAUER, M. A. L.; MESQUITA, Zilá. As concepções de Identidade e as relações entre indivíduos e organizações: Um Olhar sobre a Realidade da Agricultura Ecológica. In: XXVIII ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD. Curitiba, 2004. *Anais do...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. [CD-ROM].

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *A Construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. [The social Construction of reality] Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 25ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. In: XXX ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO - EnANPAD. Salvador, 2006. *Anais do...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. [CD-ROM].

BROWN, Richard H. Bureaucracy as praxis: toward a political phenomenology of formal organization. *Administrative Science Quarterly*, v. 23, n.3, p. 365-382, 1978.

BURRELL, G; MORGAN, G. *Sciological paradigms and organizational analysis*. Londres: Heinemann, 1979.

CAPALBO, C. *Metodologia das ciências sociais: a fenomenologia de Alfred Schütz*. Rio de Janeiro: Antares Universitária, 1979.

CARVALHO, J. L. F.; VERGARA, S. C. A Fenomenologia e a pesquisa dos espaços de serviços. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, v. 42, n. 3, p. 78-91, jul./set. 2002.

COLLIOT-THÉLÈNE, C. *Max Weber e a história*. Brasília: Brasiliense, 1995.

COHN, G. *Crítica e resignação: fundamentos da sociologia de Max Weber*. São Paulo: T. A. Queiróz, 1979.

DERRIDA, J. *A voz e o fenômeno*. Lisboa: Edições 70, 1996.

FONSÊCA, F. R. B.; MELLO, S. C. B. Clarificando a Identidade do Fenômeno Relacional Marca-Consumidor: uma Visão Proveniente da Antropologia Social ou Eu Vou, Eu Vou, para a McDonalds, agora Eu Vou... In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD. Brasília, 2005. *Anais do...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. [CD-ROM].

FREUND, J. *Sociologia de Max Weber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

GARFINKEL, W. B. *Studies in Ethnomethodology*. Nova Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1967.

GIDDENS, A. *Capitalismo e moderna teoria social*. 5ª ed. Lisboa: Presença, 2000.

GIBSON, S. K.; HANES, L. A. The contribution of phenomenology to HRD research. *Human Resource Development Review*, 2, 181-205, 2003.

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, v. 35, n. 2, p. 57-63, Mar./Abr. 1995.

HOCHMAN, Gilberto. A ciência entre a comunidade e o mercado: leituras de Kuhn, Bourdieu, Knorr-Cetina e Latour. In: PORTOCARRERO, Vera, (Org.) *Filosofia, História e Sociologia das Ciências I: Abordagens Contemporâneas*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1994.

HOLSTEIN, J. A.; GUBRIUM, J. F. Phenomenology, ethnomethodology and interpretative practice. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (orgs.). *Handbook of qualitative research*. Sage Publications, Inc., 1994.

HUSSERL, E. *A crise da humanidade européia e a filosofia*. 2ªed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002 (Coleção filosofia, 41).

_____. *Investigações lógicas: sexta investigação: elementos de uma elucidação fenomenológica do conhecimento*. São Paulo: Nova Cultural, 1996 (Coleção Os Pensadores).

LYOTARD, J. *A fenomenologia*. Lisboa: Edições 70, 1999.

MARTINS, J.; BICUDO, M. A. V. *A pesquisa qualitativa em psicologia: fundamentos e recursos*. 2.ed. São Paulo: Moraes, 1994.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 10ª ed. São Paulo: HUCITEC, p. 95-106; 143-9, 2007.

MORGAN, G; SMIRCICH, L. The Case for Qualitative Research. *Academy of Management Review*. V. 5, n. 4, p. 491-500, Oct. 1980

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. *Caderno de Pesquisa em Administração*, v.1, n.3, p. 1-5, 1996.

NOGUEIRA, C. M. M. Considerações sobre a sociologia de Max Weber. *Cadernos de Filosofia e Ciências Humanas*. v. 7, n. 13, p. 12-19, Out. 1999.

PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes. *O Empreendedorismo na Ação de Empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz*. Tese

(Doutorado). CEPEAD, Faculdade de Ciências Econômicas – FACE, UFMG, Belo Horizonte, 2004.

_____. Confiança nas Interações Sociais do Empreendedor: um Marco de Fortalecimento Dialógico. In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD. Brasília, 2005. *Anais do...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2005a. [CD-ROM].

_____. O Empreendedor e Sua Identidade Cultural: em Busca do Desenvolvimento Local. In: XXIX ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD. Brasília, 2005. *Anais do...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2005b. [CD-ROM].

SANDERS, P. Phenomenology: a new way of viewing organizational research. *Academy of Management Review*, v. 7, n. 3, p. 353-360, Jul., 1982.

SANTOS, B. S. Um discurso sobre as ciências. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2006.

SCHÖN, D.A. *The reflexive practitioner: how professional think in action*. Aldershot-Reino Unido: Arena, 1996.

SCHÜTZ, Alfred. *On phenomenology and social life social relations*. Chicago: University of Chicago Press, 1970.

_____. *Collected Papers: the problem of social reality*. v. I. The Hague: Martinus Nijhoff, 1975.

_____; LUCKMANN, Thomas. *Las Estructuras del Mundo de la Vida*. Buenos Aires: Amorroutu Editores, 1973.

SOKOLOWSKI, R. *Introdução à Fenomenologia*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

SOUZA, Jessé (org). *A atualidade de Max Weber*. Brasília: UnB, 2000.

STRASSER, S. *Phénoménologie et sciences de l'homme: vers un nouvel esprit scientifique*. Louvain : Universitaires de Louvain; Paris: Béatrice-Nauwelaerts, 1967.

TEIXEIRA, R. F.; PACHECO, M. E. C. Pesquisa social e a valorização da abordagem qualitativa no curso de administração: a quebra dos paradigmas científicos. *Caderno de Pesquisa em Administração*, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 55-68, jan./mar. 2005.

THOMPSON, C. J.; LOCANDER, W. B.; POLLIO, H. R. The lived meaning of free choice: an existential-phenomenological description of everyday consumer experiences of contemporary married women. *Journal of Consumer Research*. v.17, p. 346-361, 1990.

VERGARA, S. C. *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2005.

WAGNER, H. R. *Fenomenologia e Relações Sociais: textos escolhidos de Alfred Schütz*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WEBER, M. *Metodologia das ciências sociais: parte 1.*, 3ª ed. São Paulo: Cortês, 1999.

_____. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 15ª ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

_____. *Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva*, v. 1, Brasília: UnB, 2004.

ZUBEN, N.A. A fenomenologia em questão: desafios de um projeto. In: CARVALHO, M. C. M. (Org.) *Paradigmas filosóficos da atualidade*. Campinas: Papirus, 1989.

Agradecimentos

Agradecemos ao CNPq pelo apoio dispensado para a realização desse estudo por meio de bolsa de estudo a um dos autores e financiamento de pesquisa a ambos.