

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SOCIOECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO**

Jeffe Silvestre Filho

**RELAÇÃO ENTRE FOTOGRAFIA E ADMINISTRAÇÃO:  
uma revisão sistemática da literatura**

Florianópolis

2023

Jeffete Silvestre Filho

**RELAÇÃO ENTRE FOTOGRAFIA E ADMINISTRAÇÃO:  
uma revisão sistemática da literatura**

Trabalho de Curso apresentado à disciplina CAD7305 como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Enfoque: Monográfico – Artigo

Área de Concentração: Teorias da Administração.

Orientador(a): Prof. Dr. Ricardo Niehues Buss

Florianópolis

2023

Filho, Jefte Silvestre

Relação entre fotografia e administração uma revisão sistemática da literatura / Jefte Silvestre Filho ; orientador, Ricardo Niehues Buss, 2023.

27 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em Administração, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Fotografia. Administração. Gestão. Interdisciplinaridade.. I. Buss, Ricardo Niehues. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Administração. III. Título.

**RELAÇÃO ENTRE FOTOGRAFIA E ADMINISTRAÇÃO:  
uma revisão sistemática da literatura**

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 16 de agosto de 2023.

---

Prof<sup>a</sup>. Ana Luiza Paraboni  
Coordenador de Trabalho de Curso

**Avaliadores:**

---

Prof<sup>a</sup>. Ricardo Niehues Buss, Dr.  
Orientador  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof<sup>a</sup>. Márcia Barros de Sales, Dra.  
Avaliadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Raphael Schlickamnn, Dr.  
Avaliador  
Universidade Federal de Santa Catarina

Dedico este trabalho àqueles que me  
proporcionaram chegar até aqui.

Por me criar com tanto amor, respeito e  
consciência de mundo.

Mãe, tia e pai. Eu amo vocês.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, minha fonte de energia de vida, que me guiou e me capacitou para enfrentar as adversidades, fornecendo sabedoria e força para não desistir.

À Universidade Federal de Santa Catarina, por ter sido além de uma das maiores fontes de ensinamento que eu poderia ter, um lugar de descobertas, tentativas, erros e acertos.

Aos membros da banca examinadora: Prof<sup>a</sup> Márcia Barros de Sales e Prof Raphael Schlickmann, por aceitarem o convite, pela disponibilidade em ler meu TCC. É muito importante contar com o olhar e a colaboração de vocês. Ao Professor Pedro Antônio de Melo pelo acolhimento e ensinamentos durante o meu período de estágio.

Ao meu orientador e amigo, Professor Ricardo Niehues Buss, que me acolheu no retorno à Universidade, acreditou no meu potencial e me incentivou a finalizar minha graduação, conduzindo de forma empática, paciente e com maestria as etapas finais da minha trajetória acadêmica.

Agradeço aos meus amigos, que me apoiaram sendo ouvintes e conselheiros na minha jornada. Em especial para minha amiga Laura Galvani, que em meio a tantos cafés com choros e risadas no último semestre, me ajudou a ressignificar a Universidade e potencializar minha busca para concluir o curso.

Aos que lutaram para eu estar em uma universidade. Às mulheres da minha vida. À minha mãe, Helena Araújo Bernardo, por me criar com tanto amor, paciência e proteção. Uma guerreira incansável, trabalhadora e com uma potência de vida admirável. E à minha Tia/Mãe, Maria Glória Bernardo, sinônimo de força, coragem e um coração que carrega uma bagagem de vivências que se transformaram em grandes lições para a minha vida. Agradeço os seus cafés da manhã preparados todos os dias com carinho, cuidado e grandes doses de amor. À memória da minha avó, Alfrida Araújo Bernardo, por ter sido meu porto-seguro e me causar grandes nostalgias sempre que lembro da sua voz cantarolando na varanda de casa em tarde ensolarada no meio da semana. À Suki, minha Pug e irmã, que se tornou uma fonte de amor incondicional quando se chegou para nossa família.

E, agradeço à memória do meu coroa, amigo, super-herói, Wilson Justiniano Vasques Pacheco, que amava escutar música na sala - e queria que todos estivessem prestando atenção -, que me causa saudade até do cheiro de laranja lima de sua mão, após um dia intenso de trabalho e muitos quilômetros percorridos. Ao que mais torceu e gerou oportunidades para que eu tivesse uma educação de qualidade e entrasse na Universidade Federal de Santa Catarina. Obrigado pelas risadas em família em uma viagem até a cidade ao lado, pelos cafés de madrugada, por assistir Fórmula 1 nas manhãs preguiçosas de domingo. Nós conseguimos. Pai, eu vou me formar. Eu consegui. Obrigado por sempre ter acreditado em mim.

“Você é uma abertura através da qual o universo está  
olhando e explorando a si mesmo.”

Autor: Alan Watts

## **RESUMO**

A linguagem da fotografia no mundo contemporâneo vem assumindo papéis importantes no que diz respeito às relações humanas e organizacionais. A evolução tecnológica fomentou o surgimento de novas áreas do conhecimento e, muitos deles, advindo da interdisciplinaridade dos saberes. Nesse sentido, tem-se como objetivo identificar a junção de abordagens entre Fotografia e Administração. Portanto, procedeu-se a uma revisão sistemática da literatura a partir de uma análise bibliográfica de artigos selecionados a partir do Methodi Ordinatio. Os resultados obtidos mostraram uma carência de contribuição e aprofundamento entre os temas, apesar do potencial que áreas apresentam de forma individual no presente momento.

Palavras-chave: Fotografia. Administração. Gestão. Interdisciplinaridade.

## **ABSTRACT**

The language of photography in the contemporary world has been assuming important roles with regard to human and organizational relationships. Technological evolution has fostered the emergence of new areas of knowledge, many of which stem from the interdisciplinarity of knowledge. In this sense, the objective is to identify the junction of approaches between Photography and Administration. Therefore, a systematic review of the literature was carried out based on a bibliographic analysis of articles selected from the Methodi Ordinatio. The results obtained showed a lack of contribution and depth between the themes, despite the potential that areas present individually at the present time.

Keywords: Photography. Administration. Management. Interdisciplinarity.

## **1 INTRODUÇÃO**

As novas indústrias fomentadas pela evolução tecnológica em diversas áreas do conhecimento, de produtos e serviços tornam o ambiente observado mais complexo e incerto. As formas de interação dos indivíduos sofreram alterações, principalmente com o surgimento das redes sociais. Essas transformações ocasionaram mudanças importantes na compreensão da comunicação visual e, identificou aspectos metodológicos importantes para o entendimento deste campo de estudo Stepchenkova & Zhan (2013).

Para compreender as realidades organizacionais cada vez mais complexas, identifica-se a oportunidade de ampliar também os questionamentos e ações que fomentem a compreensão de novas teorias e comprovações com a interdisciplinaridade. Amboni et al. (2012) enfatiza a importância da integração de

duas ou mais disciplinas, pois permite compreender e potencializar os conhecimentos de diferentes áreas e suas múltiplas referências, resultando em uma heterogeneidade de saberes.

Dentro desse contexto, a fotografia desempenha um importante papel na sociedade, sendo uma forma de linguagem e instrumento que além de trazer aspectos simbólicos de uma realidade, revela-se também, como uma importante ferramenta de transmissão de subjetividades dos contextos do mercado Dos Santos et al. (2019).

As variáveis caracterizadas por subjetividades se fazem presentes, também, na Ciência da Administração, onde ao identificar uma organização como um espaço que se apresenta, para além de uma composição de maquinários, como uma pluralidade de saberes, objetivos, limitações e contextos. Essas subjetividades são enfatizadas nas escolas de natureza descritiva, nos Estudos das Escolas do Pensamento Estratégico de Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2010).

Entretanto, apesar da interdisciplinaridade e os possíveis potenciais, não se observam muitos estudos relacionando a fotografia com a administração. Assim, a fotografia pode ser utilizada como uma ferramenta/método que permite fomentar interpretações das realidades, fornecendo subsídios para o alcance dos objetivos da administração?

Como forma de responder este questionamento, este estudo tem como objetivo identificar a coexistência de abordagens entre fotografia e administração, por meio de uma revisão sistemática da literatura, e ainda estabelecer o grau de aprofundamento existente entre as temáticas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Fotografia**

A fotografia segundo Barthes (1997), é uma ferramenta que tem a capacidade de transgredir costumes e ideais vigentes quando utilizada com fins de reflexão. O autor ressalta que há dois pilares que norteiam a construção de uma foto, sendo o primeiro o *studium*, que define a primeira análise ao se deparar com a obra em sua totalidade, e o segundo pilar, definido como *punctum*, um elemento específico e pontual da fotografia para a construção de todo o resto da composição, que ao ser observado pelo indivíduo, se conecta de forma íntima e subjetiva.

A fotografia tem a capacidade de fornecer duas maneiras de interpretação quanto se diz respeito àquele momento, sendo “sensata”, quando utilizada como uma prova para evidenciar algum fato ocorrido, com a presença de algo ou alguém, e a “louca”, onde traz para a reflexão, o poder de eternizar um momento ao mesmo tempo que consegue trazer a possibilidade de descontextualização da situação ocorrida. (Barthes, 1997).

Para Gutiérrez (1995), a fotografia em sua potência, não se limita apenas como, quando e onde ela foi realizada, mas também como será recebida por quem a observa, ou seja, de contemplação, na qual se refere a identidade da fotografia como uma representatividade de algum contexto situacional. O autor ressalta que a fotografia passou a ser interpretada como uma ferramenta de importância nas questões sociais, como por exemplo, na documentação de acontecimentos históricos, registros de experiências em novos lugares, com novas pessoas, fornecendo informações documentais de:

- Reflexo: testemunhal e representação da realidade;
- Artística: através da criação ou resgate de emoções; e
- Textual: na qual busca transmitir de forma direta ou indireta os valores culturais e ideologias.

Koury (1999) retrata que a fotografia embora complexa no seu modo de expressão, não é passível de discurso, mas permite a criação de discursos na foto, sobre o próprio registro e através do momento capturado.

## 2.2 A linguagem da fotografia para a administração

No mundo atual, a sociedade e seu funcionamento se determinam por uma constante expansão no que diz respeito à estrutura das organizações. Essa expansão acontece por meio da pluralidade e singularidade da construção de cada realidade em que as empresas estão inseridas, seja através dos recursos humanos e não-humanos. Os recursos humanos são aqueles dotados de particularidades em aspectos como a motivação, limitação física, capacidade e conhecimento, já os recursos não-humanos, são definidos basicamente como tudo o que envolve a não presença de algum indivíduo, sendo por exemplo, a própria estrutura da organização, maquinários, recursos financeiros e tecnológicos. (Chiavenato, 2021).

A administração vem a ser a área do conhecimento que traz em sua bagagem estrutural a capacidade de criar conexões, cenários e pontos de observações que possibilite a melhor gestão das empresas frente ao seu ambiente de negócios. (Scherer; Vaclavik; Grisci, 2018; Schlickmann, 2013). A administração enquanto ciência, possibilita a interdisciplinaridade para a busca de novos horizontes, trazendo por exemplo, os métodos visuais para a análise e validação, principalmente para a usabilidade nas pesquisas qualitativas, processos de ensino e aprendizagem. (Santo, 2018).

A ciência da administração se encarrega de fomentar múltiplas possibilidades e oportunidades em um contexto desafiador, já que o profissional da área tem como função a de manusear uma realidade na qual apresenta a necessidade de planejar, desenvolver e efetuar diagnósticos, propondo soluções eficientes de modo exclusivo para cada organização. (Chiavenato, 2021). Scherer; Vaclavik e Grisci (2018) propõem um constante desenvolvimento de novas formas de se compreender e estudar a administração, tornando possível a percepção mais crítica e heterogênea da complexidade das organizações.

A fotografia começa a ser refletida como instrumento relevante para as empresas, quando, segundo Cavedon (2005), o mercado observou as organizações para além do maquinário e do indivíduo como uma parte da engrenagem organizacional e começou a enxergar não somente os contribuidores como seres dotados de emoções e motivações, mas todo o contexto de onde trabalhavam, determinado por uma complexidade de variáveis e particularidades. Bell e Davinson (2013) afirmam que no campo de estudos da gestão, métodos visuais ainda são implementados de forma tímida, mesmo que nas últimas décadas a interdisciplinaridade com a ciência da administração tenha sofrido avanços importantes.

Madden e Smith (2015) definem que a fotografia, em sua essência, oferece subsídios que permitem potencializar o campo da cientificidade, já que oferece perspectivas diferentes para o campo de estudo em uma sala de aula, por exemplo.

Já Ipiranga (2016), enfatiza que a contemporaneidade possibilitou, além da evolução tecnológica, a disseminação do uso da fotografia em diversos campos de comunicação, utilizando a imagem como uma ferramenta em potencial para produtos e serviços, ressaltando as culturas, particularidades, gostos e simbologias.

Acrescentando, Bell e Davinson (2013) afirmam que esse compartilhamento dos resultados obtidos através dos métodos visuais, incluindo a fotografia, pode vir através de ambientes internos, como por exemplo, relatórios anuais, sites, publicidade e, também, através de ambientes externos, como por exemplo jornais, filmes, televisão, indústria da moda e corporativismo.

O ato de fotografar se tornou um hábito tão importante na sociedade, de modo geral, que passou inclusive a ser uma atividade na qual as pessoas realizam também como instrumento de ampliar o envolvimento com as experiências vividas (Diehl, Zauberman, & Barasch, 2016). Hábito que, segundo Duggan (2013), se tornaram de modo integral, parte das experiências sociais.

Zeng e Wei (2013) ressaltam que essa nova forma de linguagem advinda da fotografia foi potencializada através das novas formas de interação social ocasionada pelo surgimento das redes sociais, sendo influenciada pelos laços sociais que os indivíduos constroem ao longo da experiência nas redes sociais. Essas novas formas de interação social conseguem potencializar inclusive áreas como o próprio marketing de turismo, através de registros que os próprios indivíduos e viajantes captam em suas experiências Stepchenkova & Zhan (2013.)

Graham, Harvey e Puri (2010) evidencia que a fotografia, quando utilizada como um instrumento de análise com base em critérios pré-determinados, permite também, proporcionar estudos correlacionando o aumento ou a diminuição das oportunidades de um determinado indivíduo progredir nas organizações.

### **3 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

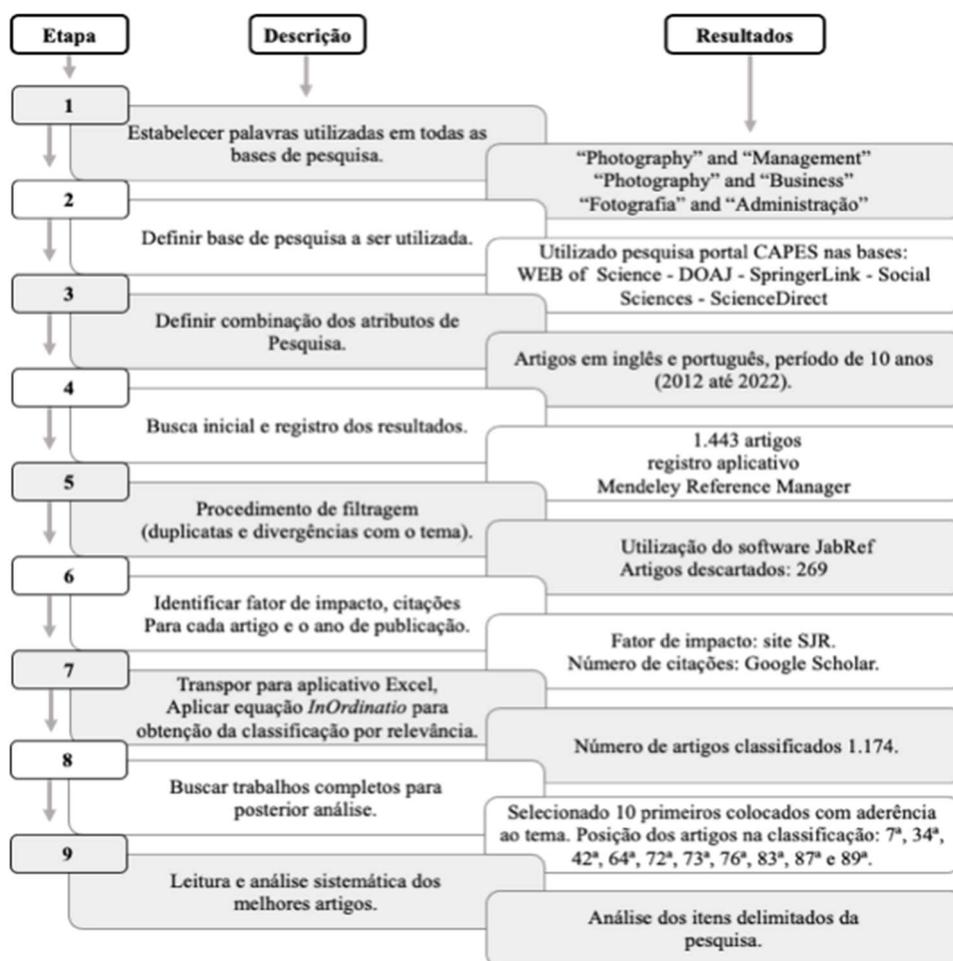
O presente estudo tem como, em seu aspecto metodológico, uma revisão sistêmica da literatura e uma análise bibliométrica a partir do *Methodi Ordinatio*, se fazendo, portanto, como um levantamento bibliográfico que permeia aspectos qualitativos como quantitativos. Para Dresch et al. (2015), a revisão sistemática possibilita uma investigação específica e singular, trazendo fatos consistentes e confiáveis, além da oportunidade de identificar lacunas com o objetivo de refletir e, também, de reflexão.

A opção pelo uso da metodologia *Methodi Ordinatio*, teve igualmente como objetivo qualificar a identificação da produção intelectual relacionada aos temas Administração e Fotografia, considerando que suas principais características

consistem na estratégia de busca e coleta de trabalhos sobre um tema específico, bem como a relevância científica definida pela equação InOrdinatio, que emprega três fatores: número de citações; ano de publicação; e fator de impacto (PAGANI et al., 2017).

Utilizou-se ainda da plataforma *Wordclouds*, para a construção de uma “nuvem” de palavras, que auxiliou na determinação de palavras-chave de cada artigo, servindo de complemento à abordagem qualitativa (VILELA et al., 2020). A pesquisa foi composta por 9 (nove) etapas (Pagani et al., 2017), conforme a metodologia *Methodi Ordinatio*, descritas na Figura 1.

**Figura 1:** Etapas da metodologia *Methodi Ordinatio*



Fonte: Buss, Gomes e Dias Júnior (2022).

Com a Etapa 1, delimitou-se o assunto a ser abordado: “photography” and “management”, “photography” and “business” e “fotografia” e “administração”. Na Etapa 2, definiram-se as bases de dados: *Web of Science*, *DOAJ*, *SpringerLiNK*,

*Social Sciences* e *ScienceDirect*, no portal de periódicos da CAPES. Na Etapa 3, procedeu-se à busca de publicações no formato de artigos científicos (foram desconsiderados livros, capítulos de livros, *conference papers* e congêneres), compreendendo publicações entre os anos de 2012 e 2022, resultando em 1.443 artigos.

A busca inicial, na Etapa 4, apresentou um total de 1.443 (um mil, quatrocentos e quarenta e três) artigos, sendo estes adicionados ao software Mendeley Reference Manager. Após a utilização do software JabRef 5.2, na Etapa 5, para os procedimentos de filtragem, como resultado obteve-se a exclusão de 269 (duzentos e sessenta e nove) publicações, ocasionada por publicações duplicadas, obtendo-se um total de 1.174 (um mil, cento e setenta e cinco) artigos considerados válidos para o estudo. A Etapa 6 foi a identificação do ano de publicação, fator de impacto de cada um desses artigos por meio do site SJR - Scimago Journal & Country Rank, bem como o número de citações pelo site Google Academic, por ser a plataforma que contempla a citação de todas as bases de dados.

A partir das informações obtidas na Etapa 7, gerou-se o índice InOrdinatio (Equação 1), que utiliza o fator de impacto, o ano de publicação e o número de citações para classificar os artigos por ordem de relevância dentro de um banco bibliográfico. Na Etapa 8, dos 1.174 artigos, foram selecionados os 10 (dez) artigos melhor classificados pelo método. Por meio da análise do resumo, resultados e conclusões, verificou-se que os artigos posicionados na 7<sup>a</sup>, 34<sup>a</sup>, 42<sup>a</sup>, 64<sup>a</sup>, 72<sup>a</sup>, 73<sup>a</sup>, 76<sup>a</sup>, 83<sup>a</sup>, 87<sup>a</sup> e 99<sup>a</sup> posição possuem maior aderência ao tema de estudo.

#### **Equação 1:** Equação InOrdinatio

$$InOrdinatio = \left( \frac{IF}{1000} \right) + \alpha \times [10 - (ResearchYear - PublishYear)] + \sum C_i$$

Nota: IF: fator de impacto do periódico;  $\alpha$ : valor atribuído (1 a 10) para o ano de publicação do artigo;  $C_i$ : número de citações do artigo. Nesta pesquisa o valor de  $\alpha$ : 10, tendo importante relevância para o cumprimento do objetivo da pesquisa.

Na Etapa 9, realizou-se o estudo dos 10 artigos considerados mais relevantes para esta pesquisa, onde foram definidos aspectos como: a distribuição temporal das publicações, o perfil dos periódicos, o número de citações para cada publicação, a metodologia empregada, a quantidade de publicações por autores, a frequência de

palavras-chave e o contexto de desenvolvimento abordado em cada uma das publicações.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse tópico serão apresentados os 10 artigos escolhidos para análise utilizando o índice *InOrdinatio*. No Quadro 1, estão listados os autores, o ano de publicação e, em seguida, são apresentados os resultados obtidos.

**Quadro 1** – Relação de artigos selecionados.

Ranking	Autores	Título	Ano	Nº de citações
1	Babin, J. and Hulland, J.	Exploring online consumer curation as user-generated content: A framework and agenda for future research, with implications for brand management	2019	21
2	Nardini, G., Lutz, R.J. and LeBoeuf, R.A.	How and when taking pictures undermines the enjoyment of experiences	2019	20
3	Jordan, S. and Jordan, S.R.	Research integrity, image manipulation, and anonymizing photographs in visual social science research	2014	44
4	AKIIKE, A. and YOSHIOKA-KOBAYASHI, T.	The Power of Existing Design for Establishing the Dominant “Industrial” Design	2017	11
5	Stepchenkova, S. and Zhan, F.	Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography	2013	586
6	Benner, M.J. and Tripsas, M.	The influence of prior industry affiliation on framing in nascent industries: the evolution of digital cameras	2012	492
7	Murray, D. and Murray, D.C.	Notes to self: the visual culture of selfies in the age of social media	2015	373
8	Graham, J.R., Harvey, C.R. and Puria, M.	A Corporate Beauty Contest	2016	277
9	Lo, I.S. and McKercher, B.	Ideal image in process: Online tourist photography and impression management	2015	261
10	Xiaohua Zeng and Liyuan Wei	Social Ties and User Content Generation: Evidence from Flickr	2013	229

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Com o objetivo de avaliar a visibilidade e a influência dos artigos publicados, foi realizado um levantamento do número de citações de cada um deles usando métricas geradas pela ferramenta *Google Academic*. Percebe-se que o número de

citações não foi um fator decisivo para o posicionamento das publicações, onde os últimos seis artigos apresentam uma diferença significativa frente às primeiras 4 (quatro) classificações (ver Quadro 1).

O Quadro 2 mapeia os países de origem das publicações, bem como as instituições de ensino dos autores principais.

**Quadro 2** – Análise de autores por IES e países.

<b>Autores</b>	<b>Instituição de Ensino</b>	<b>País</b>
Jessica Babin	Ohio University	Estados Unidos
John Hulland	University Of Georgia	Estados Unidos
Gia Nardini	University of Florida	Estados Unidos
Richard J. Lutz	University of Florida	Estados Unidos
Robyn A. Leboeuf	Washington University in St. Louis	Estados Unidos
Sara R. Jordan	University of Hong Kong	China
Atsushi Akiike	University of Tokyo	Japão
Tohru Yoshioka-Kobayashi	University of Tokyo	Japão
Svetlana Stepchenkova	University of Florida	Estados Unidos
Fangzi Zhan	University of Florida	Estados Unidos
Mary J. Benner	University of Minnesota	Estados Unidos
Mary Tripsas	Harvard Business School	Estados Unidos
Derek Conrad Murray	University of California	Estados Unidos
John R. Graham	Duke University	Estados Unidos
Campbell R. Harvey	Duke University	Estados Unidos
Manju Puri	Duke University	Estados Unidos
Iris Sheungting Lo	University of Macau	China
Bob Mckercher	The University Of Queensland	Austrália
Xiaohua Zeng	Peking University HSBC Business School	China
Liyuan Wei	University of Toronto	Canadá

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

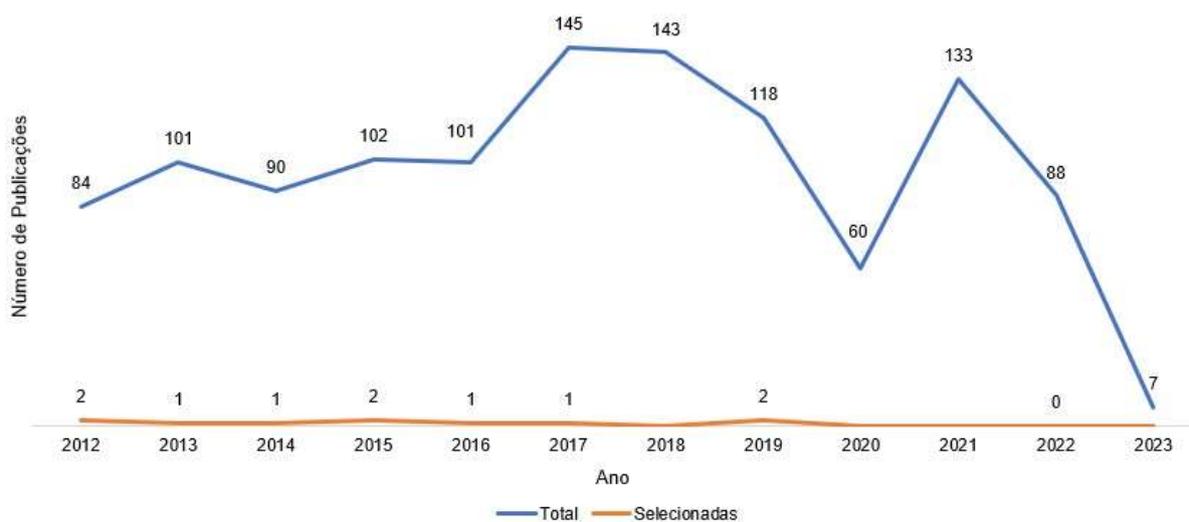
Quanto à publicação por autores, foram analisados todos os participantes de todas as publicações dentro do ranking obtido. Foi identificado que não houve nenhum(a) autor(a) que tenha participado de mais de uma publicação dentro do ranking obtido. Dos 20 autores avaliados, 13 (68%) se encontram em instituições situadas nos Estados Unidos distribuídas em 8 Universidades americanas distintas, tendo apenas a Universidade da Flórida presente em mais de um artigo. Observou-se que dois artigos tiveram contribuições de instituições de ensino de nacionalidades diferentes com instituições da China.

Além disso, 60% das pesquisas foram produzidas em instituições de ensino nos Estados Unidos, sendo duas na Universidade da Flórida e, 20% dos artigos foram produzidos na China (ver quadro 2).

## 4.1 Distribuição Temporal das Publicações

O gráfico 1 apresenta a distribuição temporal de todas as publicações pesquisadas, estratificando as 10 ranqueadas pelo método.

**Gráfico 1** – Distribuição temporal das publicações.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Observa-se que entre 2012 e 2016 o número de publicações manteve-se estável, com pequenas variações, aumentando consideravelmente nos anos seguintes, 2017 e 2018. A partir de 2019 entra em declínio atingindo seu menor índice em 2020, o que pode estar associado com o ápice da Pandemia de COVID19. Em 2021 volta a crescer, recuando novamente em 2022. O ano de 2023 não é representativo, já que é o ano em que a pesquisa está sendo realizada. Apenas uma publicação foi encontrada no filtro da pesquisa anterior ao ano de 2017, datada de 2007, sendo este *outlier* desconsiderado nesta análise.

Ao analisar a distribuição temporal das 10 (dez) publicações ranqueadas, segundo o índice *InOrdinatio*, percebe-se uma distribuição equitativa entre os anos, com maior ênfase nos anos de 2015 e 2019, com duas publicações ranqueadas em cada ano. Após o ano de 2019 não tiveram publicações ranqueadas para análise.

## 4.2 Perfil dos Periódicos

O perfil dos periódicos é uma informação importante por indicar as áreas onde as publicações estão concentradas. O Quadro 3 apresenta o perfil dos periódicos ranqueados por área, idioma e fator de impacto.

**Quadro 3** – Perfil dos periódicos por área e idioma.

Periódico	Área	Idioma	F.I.	ISSN
GeoJournal	Ciência Sociais	Inglês	4.81	0343-2521
Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science	Educação	Inglês	1.44	1803-1617
Natural Hazards and Earth System Sciences	Geociências	Inglês	4.58	1684-9981
River Research and Applications	Química Ambiental (Q2); Ciências Ambientais (diversos) (Q2); Ciência e Tecnologia da Água (Q2)	Inglês	2.78	1535-1459
IET Computer Vision	Ciência da Computação	Inglês	1.48	1751-9640
iForest - Biogeosciences and Forestry	Ecologia florestal, Biodiversidade/genética e Ecofisiologia, Silvicultura, Inventário florestal, Ecologia da paisagem, Tecnologia da madeira	Inglês	1.58	1971-7458
Ecosystems	Ecologia, Evolução, Comportamento e Sistemática, Química Ambiental	Inglês	4.34	1435-0629
Accident Analysis & Prevention	Análise e Prevenção de Acidentes	Inglês	6.37	1.585
International Journal of Advanced Manufacturing Technology	Ciência da Computação	Inglês	3.56	0268-3768
Information Technology & Tourism (ITT)	Tecnologia da Informação e Turismo	Inglês	6.09	1098-3058

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

As publicações estão concentradas em dez periódicos diferentes, de forma que 5 (cinco) dos artigos analisados concentram-se na área da ciência ambiental, dois destes têm estudos na mesma subárea, a química ambiental. Foi observado também a presença de dois artigos concentrados na área da Ciência da Computação, apenas um dos artigos encontra-se na área de ciências sociais, área onde a administração



Foram identificadas 57 (cinquenta e sete) palavras-chaves utilizadas nas publicações, dessas as mais evidentes foram: conteúdo (3), fotografia (3) design e usuário (3) e Design dominante (2) . As demais palavras aparecem uma única vez. Embora a palavra-chave “Administração” seja um dos termos principais que norteiam este estudo, não aparece nas palavras-chave dos estudos ranqueados. Entretanto, o termo “gestão” aparece duas vezes, aliando-o com as áreas de estudos de Gestão de Marca e Gestão de Dados.

#### 4.5 Análise do Contexto nas Publicações

Cada uma das dez publicações ranqueadas teve seu conteúdo estudado, sendo extraído o principal contexto que liga a fotografia e a administração. A seguir são apresentadas por ordem de classificação a análise de cada um dos artigos.

O artigo de Babin e Hulland (2019), traz para o campo de análise, a importância e a forma de trabalho das curadorias de consumidores online. Os autores ressaltam que essa curadoria pode ser criada através de fotografias, imagens online, textos e arquivos de áudio, e que pode ser aplicado em redes sociais, como por exemplo, *Instagram* e o *Pinterest*, e também em aplicativos de entretenimento e compras como o *Spotify* e *Polyvore*. Os autores trazem como aspectos conclusivos, a importância da curadoria para as organizações com ênfase no marketing moderno, já que possibilita subsídios para as empresas identificarem como e qual impacto dos produtos e/ou serviços estão tendo com a audiência e, também, a influência e relacionamento da marca para com os consumidores.

O estudo de Nardini, Lutz e LeBoeuf (2019), aborda os efeitos do ato de fotografar as experiências vividas. Neste artigo é ressaltado contrapontos em relação à estudos mais antigos, que identificavam que ao registrar momentos, a experiência vivida era potencializada, porém os resultados em tempo real do aproveitamento dessas vivências não eram claros. O artigo possibilitou em sua conclusão, determinar que os indivíduos ao se esforçarem para fotografar momentos vividos, deixam de desfrutar o real potencial das sensações, tornando esses resultados um instrumento para as organizações repensarem suas formas de ofertar experiências.

Já no artigo de Jordan (2014), é discutido os efeitos da integridade da pesquisa no contexto das ciências sociais, trazendo para o campo de análise as manipulações e anonimização de imagens e fotografias. A autora propõe recomendações de gestão

desses conteúdos, como por exemplo, em como adaptar uma fotografia onde há indivíduos inseridos, protegendo a sua privacidade e direito de confidencialidade, desenvolver um conglomerado de informações aos indivíduos e, também, como gerenciar todos os dados coletados em estudos visuais.

O artigo de Akiike e Yoshioka-Kobayashi (2017), traz para o campo de análise, o contexto histórico da indústria no design de produtos, a importância de se compreender o “design dominante” e, também, as diferenças e similaridades da evolução das câmeras digitais e das câmeras de filme. Não obstante, os autores debatem a respeito da eficiência das realidades das organizações em desenvolver um produto com um design inovador ou já existente. O estudo ressalta que apesar da evolução tecnológica ter chegado com muita potência na construção das câmeras digitais, o design de produto dessas câmeras continua a apresentar semelhanças com as câmeras tradicionais.

O estudo de Stepchenkova & Zhan (2013) retrata o potencial das fotografias registradas por turistas como ferramenta de divulgação em viagens ao Peru. O artigo teve como premissa a compreensão e análise do turismo voltado para o bem-estar, tendo como fontes de comparação, o conteúdo gerado pelo usuário e de imagens criadas por empresas especializadas no marketing de destinos. Ressalta-se que há um vasto campo na ciência relacionando o bem estar com viagens, entretanto essa realidade não é equiparável com a escassez de estudos que identificam os mecanismos norteadores do bem-estar atrelado à própria experiência de viajar.

O artigo de Benner e Tripsas (2012) aborda o estudo das câmeras digitais lançadas entre 1991 e 2006 por empresas de três indústrias do segmento da fotografia. A pesquisa caracterizada por descobertas qualitativas e descritivas, demonstraram a influência e a importância de uma organização já estar inserida dentro da realidade da indústria do setor específico, também como, seu comportamento ditado pelas capacidades e recursos que elas conseguem gerenciar. Os autores descobriram que as crenças gerenciais que permeiam a indústria se tornam fatores-chave para a elaboração de novos produtos ou serviços e, que ao analisar de forma independente a capacidade ou as crenças da organização, pode ocasionar uma interpretação equivocada por partes dos gestores responsáveis por conduzir a organização para um caminho mais eficiente dentro da indústria.

O trabalho de Murray (2015) tem como objetivo principal, o estudo das “selfies” no público feminino no período da adolescência até o início dos 20 anos de idade,

identificando seus efeitos pessoais e na cultura de uma sociedade. Popularizada e potencializada com o uso das mídias sociais, os autorretratos se tornam ações que moldam o comportamento de um indivíduo e/ou grupos. Através de uma abordagem crítica da história das políticas representacionais feministas, o autor permite trazer para o campo de reflexão, os julgamentos sobre o ato de tirar “selfies”, indo de encontro com definições, como por exemplo, narcisismo, resistência contra a objetificação e o controle social e, também, uma legítima forma de expressão e empoderamento para muitas pessoas, em especial para as mulheres, que buscam se libertar de normas tradicionais e representações limitantes.

O artigo dos autores Graham, Harvey e Puri (2010) retratam através de fotografias, traços faciais (para além da beleza) que se fazem determinantes para o sucesso profissional dos CEOs. O estudo foi baseado através da avaliação de traços faciais de CEOs, na qual cerca de 2.000 indivíduos participaram desse experimento.

Os autores utilizaram uma abordagem de amostragem estratificada e intencional e, ao selecionar as fotografias desses gestores, para a análise posterior realizada pelos participantes, buscaram traçar critérios de padrões específicos, como: resolução adequada e colorida para garantir uma clareza nos detalhes; os CEOs deveriam estar com trajes que remetem o mundo organizacional; plano de fundo com poucos detalhes para evitar desvios de atenção por parte do grupo que irá analisar e; pose convencional, evitando desvios de percepções em relação ao objetivo do estudo. Foi identificado que os atributos faciais se tornam características subjacentes reais no mundo organizacional e, também, uma oportunidade de desbravar esse novo campo de estudo, já que há uma escassez de evidências na literatura que relacione o sucesso profissional de CEOs e suas respectivas aparências.

O artigo de Lo & McKercher (2015) aborda o gerenciamento da produção da fotografia turística e os impactos das imagens no âmbito do turismo. O estudo ressalta o crescimento das publicações nas mídias sociais e como esses conteúdos apresentam um impacto significativo nos destinos escolhidos e na construção dessa perspectiva turística por parte do indivíduo. O estudo aborda o costume rotineiro e ritualístico de fotografar uma viagem, identificando o impacto da democratização da produção de conteúdo, em especial a fotografia, moldando a forma como os destinos são escolhidos e as oportunidades são experienciadas.

Zeng e Wei (2013) abordam em seu estudo uma análise a respeito das formas de relações sociais dos usuários do Flickr, um site para armazenamento, organização

e compartilhamento de fotos. Este estudo apresenta uma bagagem referencial da psicologia social e sociologia cultural. Foi identificado que as produções de conteúdo desses usuários apresentam uma relação com as interações sociais e online dos mesmos e, que os resultados obtidos através da análise dessa rede social podem ser replicados em outras redes sociais como fontes de observação do comportamento e criação de novas oportunidades por parte das organizações que gerenciam essas redes.

Além disso, observou-se que os indivíduos enquanto usuários, buscam também em sua essência, a singularidade ao navegar pelas funcionalidades de uma rede social, como por exemplo, na edição de fotografias como fonte de diferenciação e autenticidade, possibilitando um envolvimento e contribuição para com a comunidade, principalmente para usuários que obtêm um conhecimento mais aprimorado em relação às técnicas de edição.

As relações entre a fotografia e a administração perpassam por diversas áreas relacionadas a gestão, como o marketing, recursos humanos, o produto, cultura, perfil de líderes e mesmo a ética e o direito. Porém, esta interdisciplinaridade entre as áreas ainda se apresenta fraca, seja pelo quantitativo de publicações ou pela aderência da área estudada.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo deste artigo foi identificar a coexistência de abordagens entre fotografia e administração, por meio de uma revisão sistemática da literatura. Nota-se, mesmo que os dois conceitos encontram-se interligados dentre as principais publicações “ranqueadas”, não foram identificados aprofundamentos sobre esta relação.

Os resultados demonstrados sugerem que entre 2012 e 2016 a quantidade de publicações sobre esses temas se mantiveram parecidas, porém apresentou um aumento de 60% no ano de 2017 - quando comparado com a média dos anos anteriores. Entretanto, quando analisados apenas os artigos do ranking proposto, não houve uma concentração maior de números de publicações em nenhum dos anos analisados. Sobre o perfil dos periódicos, todos possuem fatores de impacto relevantes em suas respectivas áreas, entretanto não houve repetição de periódicos.

Metade dos artigos foram publicados na área da Ciência Ambiental e todos no idioma inglês.

Quanto ao número de citações de cada um desses artigos, os primeiros cinco artigos do ranking apresentam números de citações consideravelmente inferiores aos últimos cinco artigos do Ranking, na qual possuem números expressivos. O artigo que se destaca com o maior número de citações (586) encontra-se na sexta posição.

Em relação ao perfil metodológico dos artigos, 6 (seis) utilizaram revisão da literatura e 4 (quatro) abordaram o método estudos de caso para as análises. Sobre o perfil dos periódicos, todos possuem fatores de impacto relevantes. Apesar de cinco países distintos estarem presentes nos artigos ranqueados, nota-se um predomínio dos Estados Unidos tanto em números de Instituições, como de artigos presentes na análise.

Na análise das palavras-chave apresentaram-se um total de 57 (cinquenta e sete) palavras diferentes, porém, com ênfase nos termos conteúdo, fotografia, design e usuário, repetido três vezes cada. Da análise dos contextos das publicações, verificou-se que a maioria dos artigos não se aprofundou no entendimento das relações entre “fotografia” e “administração”. Em alguns casos, a fotografia foi colocada como uma ferramenta de análise e de estratégia para se buscar uma eficiência no marketing. Essa estratégia está ligada tanto a fatores econômicos como de relacionamento do cliente e suas experiências com produtos ou serviços.

Conclui-se que, apesar da Fotografia e a Administração expandirem temáticas, propondo novas abordagens e pontos de reflexão de interesse contemporâneo, ainda carece de estudos mais aprofundados correlacionando as áreas, principalmente em território nacional, enfatizando os potenciais que a interdisciplinaridade proporciona, suas causas e efeitos situacionais.

A interdisciplinaridade entre a Fotografia e Administração traz também para o campo da reflexão a necessidade de transformações de concepções por parte das organizações em como os indivíduos se comportam, possibilitando assim, questionar e implementar novas formas de análise, novas fontes de dados e novos campos de estudos em uma realidade que exige cada vez mais a adaptabilidade e transformação por parte dos próprios indivíduos e das organizações.

## REFERÊNCIAS

AMBONI, Nério et al. Interdisciplinaridade e complexidade no curso de graduação em administração. **Cadernos EBAPE**. BR, v. 10, p. 302-328, 2012.

AKIIKE, A.; YOSHIOKA-KOBAYASHI, T. The power of existing design for establishing the dominant “industrial” design. **Annals of Business Administrative Science**, 16, 2017, 189–202. doi: 10.7880/abas.0170410a

BABIN, J.; HULLAND, J. Exploring online consumer curation as user-generated content. **Span. J. Mark.** 2019, 23, 325–338

BENNER, M. J., TRIPSAS, M. The influence of prior industry affiliation on framing in nascent industries: The evolution of digital cameras. **Strategic Management Journal**, 33, 2012, 277–302.

BELL, E.; DAVISON, J. Visual Management Studies: Empirical and Theoretical Approaches. **International Journal of Management Reviews**, 15, 2, 167-184, 2013.

CAVEDON, N. R. Fotoetnografia: a união da fotografia com a etnografia no descortinamento dos não-ditos organizacionais. **Organizações & Sociedade**, 12 (35), 2005, 13-27

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Campus, 2021.

DOS SANTOS, João Gabriel Dias; BORIM-DE-SOUZA, Rafael; CESTARI, Camilla Atibaia. O uso de fotografias como potencialização da prática nos estudos organizacionais: uma análise à luz de Bourdieu. **Domínios da Imagem**, v. 13, n. 25, p. 89-115, 2019.

DRESCH, A., LACERDA, D. P., & ANTUNES, J. A. V., JR. **Design Science Research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

DIEHL, K.; ZAUBERMAN, G.; BARASCH, A. How taking photos increases enjoyment of experiences. **Journal of Personality and Social Psychology**, 111(2), 119–140, 2016.

DUGGAN, M. (2013). Photo and video sharing grow online. Pew Research Center. Disponível em: <[http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2013/PIP\\_Photos%20and%20videos%20online\\_102813.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media//Files/Reports/2013/PIP_Photos%20and%20videos%20online_102813.pdf)>. Acesso em 15 de junho de 2023.

GUTIÉRREZ, Marisol Rodríguez. Testimonio y poder de la imagen. In: BAZTÁN, A. Aguirre. **Etnografía**. Barcelona: Marcombo, 1995.

GRAHAM, J.; HARVEY, C; URI, M. **A corporate beauty contest**. Working Paper, Duke University. 2010.

HARPER, D. Visual Sociology: expanding vision. **The American Sociologist**, v.19, n.1, p.54- 70, 1998.

IPIRANGA, Ana Silvia Rocha. A Imagem Fotográfica como uma Questão de Método. **IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais**, Porto Alegre, p. 1-17, 19 out. 2016. Disponível em: <https://anaiscbeo.emnuvens.com.br/cbeo/article/view/230>. Acesso em: 19 jul. 2023.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. Imagem e narrativa ou, existe um discurso da imagem? **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, UFRGS, IFCH, PPGAS. Ano 5, n.12, p. 59-68, dez.1999.

LO, I. S.; MCKERCHER, B. Ideal image in process: Online tourist photography and impression management. **Annals of Tourism Research**, 52, p. 104-116, 2015.

MADDEN, L. T.; SMITH, A. D. Using photographs to integrate liberal arts learning in Business Education. **Journal of Management Education**, 1(39), 116-140, 2015.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safari da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MURRAY, D.C. Notes to self: The visual culture of selfies in the age of social media. **Consumption Markets & Culture**, Vol. 18 No. 6, p. 490–516, 2015. <https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1052967>

NARDINI, G.; LUTZ, R.; LEBOEUF, R. How and when taking pictures undermines the enjoyment of experiences. **Psychology & Marketing**, Vol. 36 No. 5, p.520-529, 2019.

PAGANI, R. N.; KOVALESKI, J. L; DE RESENDE, L. M. M. Avanços na composição da Methodi Ordinatio para revisão sistemática de literatura. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.46 n.2, p.161-187, maio/ago. 2017.

SANTO, A. L. E.O. Uso de Fotografias e Vídeos em Pesquisa Qualitativa: em Busca de um Novo Olhar sobre os Territórios Fronteiriços. **Revista ADM.MADE**, v. 22, n. 2, p. 13-34, 2018.

JORDAN, S.R. **International Journal of Social Research Methodology** 17 (4), 441-454, 2014.

SOUSA, L. M. M.; FIRMINO, C. F.; MARQUES-VIEIRA, C. M. A.; SEVERINO, S. S. P; PESTANA, H. C. F. C. Revisões da literatura Científica: Tipos, Métodos e Aplicações em Enfermagem. **Revista Portuguesa de Enfermagem e Reabilitação**. v. 1, n. 1, p. 46-55, 2018.

SCHERER, L. A.; VACLAVIK, M. C.; GRISCI, C. L. I. Fotografar para Compreender:

Relato de Experiência e Reflexões a partir das Lentes Trabalho, Gestão e Subjetividade. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 17, n. 3, p. 410-429, 2018.

SCHERER, Laura Alves; VACLAVIK, Marcia Cristiane. A fotografia como potencializadora da compreensão teórica em Administração. **Anais XIII Salão de Ensino**, UFRGS, Porto Alegre, 2017.

SCHLICKMANN, Raphael; SERVA DE OLIVEIRA, Maurício Roque; MELO, Pedro Antônio de. Administração Universitária: Desvendando o campo científico no Brasil. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, vol. 7, núm. 3, septiembre, 2014.

SILVA, M. A. da. BARTHES, Roland. A câmara clara. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997. **Revista Cronos**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 107–108, 2016.

STEPCHENKOVA, S.; ZHAN, F. Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user generated photography. **Tourism Management**, 36, p. 590–601, 2013. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.08.006>

YIN, R.K. **Estudo de caso**. Planejamento e métodos. 5ed. Porto Alegre (RS): Bookman. 2015

ZENG, X.; WEI, L. Social ties and user content generation: Evidence from Flickr. **Inform. Systems Res.** 24(1):71–87, 2013.