José Luis Felicio dos Santos de Carvalho

A Luz nos Cenários de Serviços

Fenomenologia da experiência interativa
dos participantes dos encontros de
serviços com a iluminação ambiental

TESE DE DOUTORADO

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em
Administração de Empresas

Rio de Janeiro
Dezembro de 2003

José Luis Felicio dos Santos de Carvalho

A Luz nos Cenários de Serviços

Fenomenologia da experiência interativa dos
participantes dos encontros de serviços com a
iluminação ambiental

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em
Administração de Empresas da PUC-Rio como parte
dos requisitos parciais para obtenção do título de
Doutor em Administração de Empresas.

Orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro

Dezembro de 2003

José Luis Felicio dos Santos de Carvalho

A Luz nos Cenários de Serviços

Fenomenologia da experiência interativa dos
participantes dos encontros de serviços com a
iluminação ambiental

Tese apresentada como parte dos requisitos parciais
para obtenção do título de Doutor pelo Programa de
Pós-Graduação em Administração de Empresas do
Departamento de Administração do Centro de
Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela
Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar Motta

Orientador
Departamento de Administração, PUC-Rio

Profª. Hélène Bertrand

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. Jorge Ferreira da Silva

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. José Afonso Mazzon

Faculdade de Economia e Administração, USP

ProFª. Leticia Moreira Casotti

Instituto COPPEAD, UFRJ

Profa. Zélia M. de Lossio e Seiblit

Vice-Decana do Centro de Ciências Sociais, PUC-Rio

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2003

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

José Luis Felicio dos Santos de Carvalho

Recebeu o grau de Mestre em Administração de Empresas pela PUC-Rio em 1998. Graduiu-se em Administração pela UFRJ e em Artes Cênicas pela UNI-RIO. Foi pesquisador-bolsista da CAPES e do CNPq. Cursou o Doutorado como bolsista por desempenho acadêmico. É autor de artigos publicados em periódicos especializados e de trabalhos de pesquisa apresentados em congressos no Brasil e no exterior. Em 2002, recebeu da Fundação Getulio Vargas o Prêmio Prof. Jorge Oscar de Mello Flôres pelo melhor artigo publicado pela Revista de Administração Pública.

Ficha Catalográfica

Carvalho, José Luis Felicio dos Santos de

A luz nos cenários de serviços: fenomenologia da experiência interativa dos participantes dos encontros de serviços com a iluminação ambiental / José Luis Felicio dos Santos de Carvalho; orientador: Paulo Cesar de Mendonça Motta – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Administração, 2003.

300 f. ; 30 cm

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas.

1. Administração – Teses. 2. Iluminação. 3. Cenários de serviços. 4. Tribos de consumidores. 5. Fenomenologia. 6. Interacionismo simbólico. I. Motta, Paulo Cesar de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

À CAPES e à PUC-Rio pelos auxílios concedidos.

Ao professor orientador Paulo Cesar de Mendonça Motta.

Aos professores Alexandre Faria, André Lacombe Penna da Rocha, Edi Madalena Fracasso, Francisco Giovanni David Vieira, Françoise Belle, Hélène Bertrand, Jorge Ferreira da Silva, José Afonso Mazzon, José Antonio Puppim, José Roberto Gomes da Silva, Leticia Moreira Casotti, Maurício Castanheira, Roberto Moreno, Rubens da Costa Santos, Sérgio Proença Leitão, Sylvia Constant Vergara, T. Diana Lewé van Aduard de Macedo-Soares, Ursula Wetzel Brandão dos Santos, Valdeci Faria Leite, Walter Lee Ness Jr. e Walter Meucci Nique.

Aos parentes Fernando Felício dos Santos de Carvalho, Frederico Antonio Azevedo de Carvalho, Lyla Collares dos Santos, Maria da Penha Felício dos Santos de Carvalho e ao canino Rising Force Kennel's Kalat Al-Hambra.

Aos amigos Ben-Thion Chi, Carlos Fernando Ferreira, Claudio Pitassi, Fábio Bittencourt, Jorge Augusto de Sá Brito e Freitas, José Carlos Knust Sobrinho, Leopoldo Pereira, Maria Teresa Campos e Tatiana Ramos de Lima.

Resumo

Carvalho, José Luis Felicio dos Santos de; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Orientador). **A Luz nos Cenários de Serviços: Fenomenologia da experiência interativa dos participantes dos encontros de serviços com a iluminação ambiental.** Rio de Janeiro, 2003. 300 p. Tese de Doutorado Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Desenvolvido como estudo fenomenológico-hermenêutico, o trabalho que se passa a apresentar busca ampliar a compreensão acerca das experiências interativas sócio-técnicas que têm os participantes dos encontros de serviços com a iluminação ambiental oferecida pelos cenários das empresas. Para tanto, conduziu-se uma revisão bibliográfica focada na visão das lojas de serviços como construções espaciais de uma representação na qual o ambiente físico da empresa constitui o cenário de um espetáculo teatral em que a luz torna-se um elemento primordial. Seguindo uma perspectiva simultaneamente interdisciplinar e transdisciplinar, recorreu-se às disciplinas da Biologia, da Medicina, da Óptica Física, da Física Quântica, da Psicologia Ambiental, da Antropologia, da Semiótica, da Arquitetura e das Artes Cênicas para acessar as principais construções teóricas acerca da luz e para empreender esforços no sentido de responder à desordem de pesquisa. Realizou-se também um estudo de campo em lojas temáticas de serviços, nas quais foram realizadas observações e entrevistas de base qualitativa junto àqueles que experimentaram o fenômeno que se estava examinando. Em acordo com os preceitos da análise de conteúdo e da análise interparticipante, os depoimentos foram interpretados, classificados e utilizados para gerar proposições, as quais foram submetidas a um grupo de cinco informantes-chave e, posteriormente, oferecidas como possibilidades de se chegar a uma melhor compreensão das experiências dos participantes dos encontros de serviços com a luz.

Palavras-chave

Iluminação; cenários de serviços; tribos de consumidores; fenomenologia; interacionismo simbólico.

Abstract

Carvalho, José Luis Felicio dos Santos de; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **Light at Servicescapes: Phenomenology of the interactive experience of service encounters participants with environmental lighting**. Rio de Janeiro, 2003. 300 p. DSc. Thesis – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Taking up a phenomenological-hermeneutical approach, this dissertation seeks both to widen as well as to improve the ways through which people participating in service encounters interact with environmental lighting. In this sense, the literature review focussed servicescapes as spatial representations whereby the physical environment of a service firm supports a drama where light is a crucial element. According to a standpoint which is both inter- and transdisciplinary, contributions from several disciplines – e. g. Biology, Medicine, Optical Physics, Quantic Physics, Environmental Psychology, Anthropology, Semiotics, Architecture and Scenic Arts – have been brought about to give access to the most relevant theories about light as well as to start filling up some extant research gaps. The field study was developed in thematic service stores. Both direct observation and qualitative interviews allowed to collect information from participants who had experienced one or more interactions as conceived in this study. Following basic principles from Content Analysis and Interparticipant Observation, the interviews were interpreted, classified and then used to generate several research propositions. The propositions were then analysed by 5 referees in order to be finally presented as propositive guidelines to a better understanding of lighting experiences during service encounters.

Keywords

Lighting; servicescapes; consumer tribes; phenomenology; symbolic interactionism.

Sumário

1. Introdução	13
2. O problema	16
2.1. Contextualização	16
2.2. Demarcação científica	19
2.3. Objetivos	24
2.4. A não-formulação de hipóteses	26
2.5. Delimitação do estudo	30
2.6. Relevância da pesquisa	33
3. Luz e cena	38
3.1. O estudo da luz	38
3.2. Da luz à cor	42
3.3. O sentido da visão	44
3.4. Relações entre luz, cor e matéria	47
3.5. Luz e arte cênica	50
3.6. Pesquisando a iluminação no palco	53
3.7. Iluminando espaços cênicos	56
4. A iluminação nos cenários de serviços	59
4.1. Marketing de serviços e “horas da verdade”	60
4.2. Marketing interativo e teatro de serviços	61
4.3. Gerência da tangibilidade sob uma perspectiva dramatúrgica	65
4.4. O cenário de serviços	69
4.5. Luz no cenário de serviços	72
4.5.1. Percepção da qualidade do serviço	73
4.5.2. Facilitação da performance e da comunicação	74
4.5.3. Influências comportamentais e emocionais	75
4.5.4. Criação de ambiente e atmosfera	77
4.5.5. Utilização simbólica do cenário	79

5. Gestão estratégica da luz em serviços	81
5.1. Estratégia, cenários e recursos luminosos	82
5.2. Mudanças no pensamento estratégico de marketing	83
5.3. Administração estratégica dos ambientes de serviços	84
5.4. Luz e teatro de serviços	87
5.5. Influências situacionais na iluminação dos cenários	90
5.6. Luz natural	92
5.7. Utilização técnica da luz	95
5.8. Estratégia, luz, ação	98
6. O consumidor no ambiente do serviço	101
6.1. Psicologia ambiental: apresentando Mehrabian-Russel	102
6.2. Mehrabian-Russel e cenários organizacionais	103
6.2.1. Estimulação ambiental para consumidores de serviços	105
6.2.2. Percepção e mediação do estímulo pelos clientes	107
6.2.3. Respostas da platéia aos cenários da empresa	112
6.3. Cenários temáticos como complemento a Mehrabian-Russel	113
6.4. As experiências de compra e consumo nos cenários de serviços	117
6.5. Críticas a Mehrabian-Russel e à visão temática dos cenários	121
7. O método	123
7.1. Etapa 1: definição dos depoentes e informantes	123
7.1.1. Tribalismo urbano	123
7.1.2. Grupos pesquisados	125
7.1.3. Amostragem e representatividade	126
7.2. Etapa 2: coleta de dados	128
7.2.1. Passo 1: revisão bibliográfica	128
7.2.2. Passo 2: preparando o trabalho no campo	130
7.2.3. Passo 3: a observação do fenômeno	132
7.2.4. Passo 4: a dinâmica das entrevistas	134
7.2.5. Passo 5: contextualização das entrevistas	136

7.2.6. Consolidação	139
7.3. Etapa 3: tratamento dos dados	140
7.3.1. Passo 1: definindo o escopo da análise	140
7.3.2. Passo 2: contemplação, classificação e interpretação dos depoimentos	144
7.3.3. Passo 3: representação, discussão e avaliação dos resultados	146
7.3.4. Consolidação	148
7.4. Limitações do método	148
7.4.1. Impossibilidade de generalização	149
7.4.2. Problemas da proposta fenomenológica	151
7.4.3. Outras questões	153
8. Trabalhando com a luz em cenários reais	159
8.1. A dinâmica de trabalho no campo	159
8.2. Apresentação das empresas	162
8.2.1. Philadelphia Games & Cyber Café (PGCC)	163
8.2.2. Lilica & Tigor (L&T)	164
8.2.3. Mr. Sol (MSOL)	167
8.2.4. Guapo Loco (GLC)	168
8.2.5. Empório Bothânico (EBOT)	171
8.2.6. Restaurante Porto Gaulês (PGAU)	173
8.2.7. Originallis (ORIG)	175
8.2.8. Mundo Verde (MVD)	177
8.2.9. Imaginarium (IMG)	179
9. Representação dos resultados	182
9.1. Mehrabian-Russel fase 1: estímulo	183
9.2. Mehrabian-Russel fase 2: mediação	197
9.3. Mehrabian-Russel fase 3: resposta	207
9.4. Além de Mehrabian-Russel	219

10. Compreensão essencial da iluminação	229
10.1. A palavra dos árbitros	229
10.1.1. A filósofa	230
10.1.2. O psicólogo	232
10.1.3. O engenheiro elétrico	235
10.1.4. O oftalmologista	237
10.1.5. O arquiteto	239
10.2. Proposições da pesquisa	243
10.3. A essência da luz em serviços	250
11. Conclusão	252
11.1. Considerações conclusivas	252
11.2. Sugestões para uma nova agenda de pesquisas	259
12. Referências bibliográficas	263

Lista de figuras

Figura 1: As três dimensões do ambiente de serviços	31
Figura 2: O espectro de radiação eletromagnética e a luz visível	44
Figura 3: O olho humano (corte transversal / perspectiva frontal)	45
Figura 4: As cores e alguns de seus significados	48
Figura 5: Funções dramáticas desempenhadas pela luz no teatro	57
Figura 6: Efeitos cênicos criados pela iluminação	58
Figura 7: A experiência de serviços observada como drama	66
Figura 8: O composto de marketing ampliado para serviços	67
Figura 9: Compreensão dramatúrgica do marketing <i>mix</i> de serviços	67
Figura 10: As cinco dimensões de avaliação de um serviço	68
Figura 11: Como o ambiente físico afeta os participantes do encontro de serviços	72
Figura 12: Funções principais do cenário para a experiência do serviço	73
Figura 13: Influências situacionais que evidenciam a percepção dos elementos do cenário de serviços	91
Figura 14: Os três efeitos da luz natural em ambientes físicos	94
Figura 15: Observação dos efeitos de luz natural no comportamento	94
Figura 16: Elementos de <i>design</i> da luz em ambientes de serviços	95
Figura 17: Propriedades das três principais fontes de luz elétrica	98
Figura 18: As diretrizes estratégicas para gerência da luz nos cenários de serviços	99
Figura 19: O modelo de Mehrabian-Russel adaptado	103
Figura 20: Determinantes objetivos da percepção	108
Figura 21: Classificação dos ambientes segundo critérios de prazer e/ou excitação	111
Figura 22: Algumas possibilidades de comportamentos de aproximação (em oposição ao afastamento) de clientes de serviços	112
Figura 23: Preocupações da arquitetura para tornar a experiência de serviços uma vivência multidimensional, prazerosa e excitante	116

Figura 24: Seqüência sintética das etapas de coleta de dados, com os principais objetivos e procedimentos metodológicos associados	140
Figura 25: Apresentação simplificada para o tratamento das evidências empíricas da pesquisa	148
Figura 26: A equipe de coleta de dados	160
Figura 27: Roteiro da equipe para as visitas no campo	161
Figura 28: Iniciando um diálogo com gerentes e vendedores	161
Figura 29: Perguntas para guiar as entrevistas com os consumidores	162
Figura 30: A equipe de árbitros	230
Figura 31: Exemplos de agrupamentos para as proposições	259