

Voir, être vu et donner à voir : une étude du travail stratégique des managers de proximité

Christelle Théron

TSM-Research, Université Toulouse Capitole, CNRS

christelle.theron@tsm-education.fr

Linda Rouleau

HEC Montréal

linda.rouleau@hec.ca

Résumé

Les managers de proximité sont une catégorie d'acteurs peu étudiés dans la littérature gestionnaire. Leur travail stratégique, en particulier, n'a pas fait l'objet de recherche, ce qui peut se comprendre par le rôle essentiellement opérationnel (de mise en œuvre sur le terrain) que l'on attribue généralement à cette catégorie de managers. Se démarquant d'une vision étroite du travail des managers de proximité, le présent papier s'intéresse à leur travail stratégique à l'aide d'une approche étudiant leurs pratiques. Notre étude met en évidence le caractère multimodal du travail stratégique des managers de proximité, à savoir ses caractéristiques matérielles, corporelles et visuelles intriquées dans un assemblage en reconstitution permanente. Par contraste avec les travaux qui s'intéressent aux pratiques discursives et cognitives des managers, nous mettons en évidence des pratiques visuelles (*voir, être vu, donner à voir*) qui façonnent le travail stratégique des managers de proximité. Ce travail stratégique est étroitement lié aux caractéristiques socio-matérielles de leur environnement de travail, ce qui le rend difficilement transférable d'un poste à un autre.

Mots-clés: managers de proximité, multi-modalité, visualité, travail stratégique