

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS – CCET
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA
CURSO DE DESIGN

STEPHANY DUARTE SANTOS

ETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA NO DESIGN

São Luís

2017

STEPHANY DUARTE SANTOS

ETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA NO DESIGN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Design da Universidade Federal do
Maranhão para a obtenção do grau de Bacharel em
Design.

Orientador: Prof^a Dr^a Raquel Gomes Noronha

São Luís

2017

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

SANTOS, STEPHANY DUARTE.

ETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA NO DESIGN /
STEPHANY DUARTE SANTOS. - 2018.

33 f.

Orientador(a): Raquel Gomes Noronha.

Monografia (Graduação) - Curso de Design ,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA, 2018.

1. Antropologia. 2. Design. 3. Etnografia. I.
Noronha, Raquel Gomes. II. Título.

STEPHANY DUARTE SANTOS

ETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA NO DESIGN

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Design da Universidade Federal do
Maranhão para a obtenção do grau de Bacharel em
Design.

Aprovada em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Raquel Gomes Noronha
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Prof.^a Me. Andrea Katiane Ferreira Costa
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Prof. Me. André Leonardo Demaison Medeiros Maia
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram e que me incentivaram na elaboração deste trabalho e que me deram forças para finalizá-lo.

À minha família.

Aos meus avós Tomazia Duarte e Lourival Santos, por sempre afirmarem que eu era capaz.

À minha mãe, Fabiana Duarte e minhas tias, Flávia Duarte e Francilene Duarte, por cuidarem de mim durante todo esse percurso.

À minha tia Fernanda Duarte, por ter sido meu pilar durante todo o processo deste trabalho e por ter sido meu exemplo de fé.

Às minhas irmãs, Sarah Duarte e Sophia Duarte, por sempre estarem ao meu lado me apoiando. Aos meus primos, José Bento e Maria Clara pelas palavras de incentivo mesmo sendo pequenos.

Aos meus queridos amigos, que longe ou perto, direta ou indiretamente contribuíram para que eu prosseguisse com o estudo e não me fizeram desistir.

Os amo de todo o coração.

À professora Raquel Noronha, minha orientadora, pelas explicações e direcionamento, especialmente pela disponibilidade e paciência. Muito obrigada mesmo.

À Jandira e Dr^a Susi, as profissionais que, com dedicação e cuidado, me mantiveram firme nesta jornada. Obrigada por me ajudarem tanto.

Por último e não menos importante, a Deus. Cheguei a duvidar de sua existência, mas agora sei que sempre estive ao meu lado.

A todos meu muito obrigada!

RESUMO

O design e diversas áreas de conhecimento têm utilizado a etnografia visando a aproximação da teoria e da realidade na qual pode ser aplicada. A etnografia, no processo de design, apresenta uma forma empática de abordar pessoas em seu ambiente de vivência e auxilia o designer a conhecer a realidade do grupo da forma mais natural possível. Este estudo tem como objetivo mapear os alcances e limites do processo metodológico etnográfico aplicado ao design. Assim, foi utilizada a Revisão Sistemática de Literatura para reunir e identificar estudos que abordam a etnografia como metodologia aplicada no design e como resultado, é apresentado uma análise dos artigos encontrados e selecionados na revisão sistemática, e evidenciando em uma síntese os alcances e limites da metodologia.

Palavras Chave: design; antropologia; etnografia

ABSTRACT

Design and several areas of knowledge have used ethnography to approximate the theory and reality in which it can be applied. ethnography, in the design process, presents an empathic way of approaching people in their living environment and helps the designer to know the reality of the group in the most natural way possible. This study aims to map the scope and limits of the ethnographic methodological process applied to design. Thus, the Systematic Review of Literature was used to gather and identify studies that deal with ethnography as applied methodology in design and as a result, an analysis of the articles found and selected in the systematic review is presented, and showing in a synthesis the scope and limits of the methodology.

Keywords: design; anthropology; ethnography

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
1.1	OBJETIVOS	8
1.2	JUSTIFICATIVA.....	9
2	RELAÇÃO ENTRE ETNOGRAFIA E DESIGN	9
2.1	ASPECTOS DA ANTROPOLOGIA	10
2.2	O SURGIMENTO DA ETNOGRAFIA	11
2.3	PESQUISA ETNOGRÁFICA E SUAS CARACTERÍSTICAS	13
2.4	ETNOGRAFIA E DESIGN.....	15
3	REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA.....	16
3.1	O QUE É REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA/RSL?.....	16
3.2	COMO FAZER A REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA/RSL?	17
4	REVISÃO DA LITERATURA NAS BASES DE DADOS.....	20
4.1	ARTIGOS IDENTIFICADOS NA BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES	20
4.2	ARTIGOS IDENTIFICADOS NOS ANAIS P&D.....	20
4.3	ARTIGOS IDENTIFICADOS NA BASE SCIELO	20
4.4	ARTIGOS IDENTIFICADOS NA BASE CAPES.....	20
5	ANÁLISE DOS ARTIGOS INCLUÍDOS	22
5.1	UM ESTUDO SOBRE ETNOGRAFIA APLICADA AO DESIGN.....	22
5.2	O DESIGN E A ETNOGRAFIA EM UM CENÁRIO PÓS-TRAGÉDIA: UM INTERVENÇÃO NO VALE DO ITAJAÍ	23
5.3	AS CADEIAS PRODUTIVAS DO ARTESANATO DE ALCÂNTARA: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	24
5.4	DESIGN E ANTROPOLOGIA: DESAFIOS EM BUSCA DE UM DIÁLOGO PROMISSOR.....	25
5.5	EMBARCAÇÕES E MANGUEZAIS: TIPOGRAFIA E ETNOMETODOLOGIA... 26	
5.6	TÉCNICAS BASEADAS EM ETNOGRAFIA E PROTOTIPAGEM NO DESIGN DE INTERFACE DE APLICATIVO MOBILE PARA O GERENCIAMENTO ACADÊMICO.....	27
6	SÍNTESE.....	28
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
	REFERÊNCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas têm surgido diversas alternativas que buscam integrar as ciências humanas ao processo de design com o propósito de entender o sujeito pesquisado de forma mais completa e, assim, desenvolver produtos e serviços mais adequados às constantes mudanças comportamentais observadas na sociedade contemporânea. A integração de cientistas sociais no processo de design aconteceu no início dos anos 1980, quando empresas globais de design industrial contrataram antropólogos ou psicólogos com o intuito de trazer a perspectiva do processo centrado no homem para o desenvolvimento de produtos (SANDERS, 2004).

A etnografia é considerada a pesquisa de campo antropológica, que torna possível o estudo de culturas humanas através de um intenso e longo envolvimento (PEIRANO, 1992). Através da etnografia, o pesquisador observa as perspectivas e práticas, conversando com as pessoas dentro do seu contexto sociocultural e explorando, do ponto de vista do indivíduo, a respeito da sua própria cultura (DOURISH, 2001; SANDERS, 2004).

Fundamentalmente, a etnografia é “uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, duradouros, que podem ser chamados de comunidades ou sociedades” (ANGROSINO, 2009, p.16). No processo de design, a etnografia fornece uma linguagem aos designers que possibilita o diálogo com os sujeitos sobre suas experiências e comportamentos.

A abordagem etnográfica pode ser aplicada em diferentes etapas do processo de desenvolvimento de produtos ou serviços, conforme o objetivo do projeto. Sua aplicação mais conhecida tem finalidade estratégica, em que a pesquisa ocorre durante as etapas iniciais do projeto a fim de identificar possíveis necessidades dos usuários (WHITNEY; KUMAR, 2003).

Os pesquisadores são inseridos no contexto dos sujeitos, examinam suas necessidades, desejos e comportamentos, definem demandas, analisam a viabilidade de projetos e partem para o desenvolvimento.

A partir desse estudo da etnografia como metodologia aplicada no design que se realizou uma pesquisa bibliográfica e uma revisão sistemática para levantar estudos sobre o tema e as conclusões desses estudos sobre os processos de design.

1.1 Objetivos

O objetivo desta pesquisa consiste em analisar o uso da pesquisa etnográfica como ferramenta aplicada às atividades do design (metodologia de outros âmbitos no design), também em realizar um levantamento teórico dos principais autores que descreveram a etnografia como recurso metodológico e identificar as principais características da abordagem

etnográfica aplicada ao design através da Revisão Sistemática de literatura traçando limites e alcances da etnografia no design.

1.2 Justificativa

A ideia para o desenvolvimento desta pesquisa surgiu durante o estudo e aprendizado na disciplina de Projeto Gráfico II com a professora Raquel Noronha, onde os alunos foram a campo em uma pesquisa etnográfica em busca de intervenções artísticas em locais públicos na cidade de São Luís, com o objetivo de desenvolver uma cartografia. Nesta atividade, os alunos, utilizando o diário de campo, realizaram entrevistas, descreveram os espaços e acontecimentos ao seu redor, assim como mapearam onde haviam as intervenções e quais sentimentos as mesmas traziam para as pessoas que a viam.

Design e etnografia caminham juntos em uma relação interdisciplinar. Enquanto o trabalho da etnografia busca entender a cultura humana com o pesquisador se inserindo em um contexto sócio-cultural para obter informações, o do design é de potencializar o processo de obtenção dessas informações, se preocupando com o contexto em que elas foram geradas a fim de desenvolver a cultura humana.

O desenvolvimento da cultura humana é motivação para muitos profissionais em especial para os designers, os quais precisam se inserir e compreender o meio em que está, o objeto de estudo e a comunidade em que vive, para então realizar seu trabalho de maneira bem-sucedida. Deixando de lado a visão minimalista do estudo e ampliando seus “horizontes” para o meio cultural e contexto que está inserido.

“O fundamento dessa prática metodológica para desenvolvimento de artefatos ou pesquisa em design é a necessidade de estar em contato com o meio para quem e onde se trabalha” (SOUSA FILHO; NORONHA; SANTOS, 2009).

2 RELAÇÃO ENTRE ETNOGRAFIA E DESIGN

O presente capítulo apresenta a revisão de literatura que foi dividida em quatro partes. A primeira parte aborda inicialmente uma breve contextualização sobre a antropologia, o seu surgimento e como foi constituída como área de conhecimento. A segunda parte do capítulo apresenta como surgiu a etnografia e os primeiros estudos considerados etnográficos na história. A terceira parte apresenta a pesquisa etnográfica no âmbito metodológico, especificando os procedimentos e os métodos básicos que conduzem o pesquisador em campo e atributos que caracterizam uma pesquisa como sendo etnográfica. A quarta e última parte aborda a aproximação da etnografia e do design, como a prática etnográfica é utilizada no design

atualmente e define as principais características da abordagem etnográfica quando aplicada ao design.

2.1 Aspectos da Antropologia

A antropologia, como área de conhecimento, se propõe a estudar o homem sob os pontos de vista físico, cultural, social e filosófico (ULLMAN, 1991, p. 30), com o objetivo de construir uma ideia de humanidade a partir das diferenças entre os povos, sendo que essa ideia é o resultado do contraste de nossos conceitos com conceitos nativos (PEIRANO, 1992).

Enquanto a Antropologia estava sendo constituída como a área de conhecimento que estuda a humanidade, questionamentos foram surgindo: como determinar uma definição para “homem” se existiam muitos povos que eram biologicamente similares, mas que os hábitos e os costumes eram desconhecidos? Sendo assim, a Antropologia procurou estudar os povos desconhecidos a partir da segunda metade do século XIX, definindo seu objeto de estudo: as sociedades então ditas “primitivas”, ou seja, exteriores às áreas de civilização europeias ou norte-americanas” (LAPLANTINE, 2003, p. 14), que eram vistas como ápice da sociedade. Isso muito tem a ver com o pensamento evolucionista, onde civilizações passavam por uma evolução social até atingir seu ponto máximo, que seriam as sociedades da Europa e dos Estados Unidos. (PEIRANO, 1992).

Logo depois de ter definido as civilizações primitivas como seu objeto de pesquisa, a Antropologia notou que este seu objeto de pesquisa começou a desaparecer, gerando uma grande crise de identidade entre os antropólogos (LAPLANTINE, 2003; PEIRANO, 1992). Diversas alternativas surgiram na busca de resolver a inconsistência que o desaparecimento destas comunidades causou, fazendo com que a Antropologia procurasse ampliar a abrangência do seu objeto de estudo, se definindo como área que estuda o homem por inteiro em todas as sociedades, latitudes, estados e épocas (LAPLANTINE, 2003), ou seja, uma abordagem só é considerada antropológica caso ela seja integrativa e tem como objetivo considerar as diversas dimensões do ser humano em sociedade.

Laplantine (2003), dividiu a antropologia em cinco áreas principais: biológica, história, linguística, psicológica, social e cultural, sendo que as duas últimas colocou em um mesmo conceito.

A antropologia social e cultural é apenas um dos aspectos da antropologia. Um dos aspectos cuja abrangência é considerável, já que diz respeito a tudo que constitui uma sociedade: seus modos de produção econômica, suas técnicas, sua organização política e jurídica, seus sistemas de parentesco, seus sistemas de conhecimento, suas crenças religiosas, sua língua, sua psicologia, suas criações artísticas (LAPLANTINE, 2003, p 11).

Porém, percebe-se o direcionamento de ambas as antropologias, tanto a social quanto a cultural. A social, tendo mais relevância na escola britânica, estudava a organização dos sistemas sociais, onde Bronislaw Malinowski foi o principal representante. Já a cultural, é original dos Estados Unidos, estudava as diversidades das culturas e Franz Boas foi o seu principal representante, que treinou uma geração de antropólogos norte-americanos. (ANGROSINO, 2009).

2.2 O Surgimento da Etnografia

A etnografia é um estudo descritivo da cultura material de um determinado povo. É uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, duradouros, que podem ser chamados de comunidades ou sociedades (ANGROSINO, 2009). Através de um longo e intenso envolvimento, a prática etnográfica se torna possível quando o pesquisador observa e conversa com as pessoas e, a partir do ponto de vista do indivíduo, explora a respeito da sua própria cultura.

Fazendo um breve aprofundamento sobre a história da etnografia, um dos primeiros indivíduos, de quem se tem conhecimento, foi Heródoto (484 – 424 a.C.), que iniciou os estudos sobre outras culturas, viajando pelo mundo na época, observando outros povos, descrevendo os costumes do povo Persa e de seus povos vizinhos, seu vestuário, suas embarcações, seu armamento, sua alimentação e seus rituais religiosos. (GOLDENBERG, 2004; ULLMANN, 1991).

Pero Vaz de Caminha, mais recentemente, escreveu uma carta que informava as características das novas terras descobertas, descrevendo minuciosamente sobre sua flora, fauna, povos indígenas com seus costumes.

Outros sucederam a Heródoto e Pero Vaz de Caminha ao explorar épocas e mudanças pelas quais a antropologia passou, mas foi só no fim do século XVIII que a antropologia se constituiu como um saber científico, colocando o homem como objeto do conhecimento (LAPLANTINE, 2003).

Até a década de 1920, antropólogos realizavam seus estudos dentro de seus gabinetes, caracterizando a expressão conhecida hoje em dia como *antropologia de gabinete* (PEIRANO, 1992). Ela era realizada em conjunto por um observador e por um pesquisador. O observador (podendo ele ser um viajante, administrador, etc.) fornecia informações de suas viagens ao pesquisador (responsável pela parte “digna” da investigação) que, a uma certa distância do seu objeto de estudo, estudava e interpretava as informações que o observador encaminhava. (DOURISH, 2001; LAPLANTINE, 2003; PEIRANO, 1992; ROCHA, 2006).

No começo do século XX aconteceu uma revolução na antropologia, onde antropólogos defendiam que um estudioso só poderia alcançar a real essência da experiência humana se ele fosse a campo e, por este motivo, os estudos realizados (que passaram a ser especulações) pelos antropólogos de gabinete não eram propícios para compreender como as pessoas viviam (ANGROSINO, 2009; GOLDENBERG, 2004; ROCHA, 2006).

Os antropólogos perceberam que precisariam mudar sua forma de pesquisa, tendo que abandonar seu gabinete e buscar depoimentos dos que realizavam o trabalho de campo (MALINOWSKI, 1926 apud KUPER, 2005), compartilhar a intimidade das sociedades e levar em consideração as informações importantes sobre o que os nativos entendiam sobre sua própria cultura (ANGROSINO, 2009; DENBERG, 2004; LAPLANTINE, 2003; PEIRANO, 1992; ROCHA, 2006). A etnografia passou a realmente existir quando o pesquisador compreendeu que ele mesmo precisaria realizar sua pesquisa de campo (LAPLANTINE, 2003).

O pioneiro nesta prática de pesquisa etnográfica foi o antropólogo social Malinowski, que na década de 1920 precisou ficar em um campo de internamento após Alemanha e Inglaterra declararem guerra durante uma de suas expedições a Austrália e Nova Guiné (DOURISH, 2001), porém o próprio antropólogo propôs que ficaria mais seguro se estivesse em local neutro. Malinowski conviveu por quatro anos com nativos das Ilhas Trobriand, em Nova Guiné (ANGROSINO, 2009; DOURISH, 2001; PEIRANO, 1992). Uma década depois, em 1922, ele publicou *Os Argonautas*, sua proposta metodológica, apresentando estudos feitos nas ilhas localizadas no Pacífico Oeste.

Durante o século XX, Malinowski foi responsável pelo surgimento do Funcionalismo¹ e propôs um trabalho de observação participante, em que o indivíduo pesquisador, inserido na comunidade, deve possuir dois anos de convivência com a mesma, conhecimento da língua nativa e sentir-se como se fizesse parte da sociedade, para alcançar resultados desejados (PEIRANO, 1992), além de produzir uma documentação plausível, construir fatos sucintos formados por interesses teóricos e expor problemas teoricamente interessantes (KUPER, 2005).

Mas antes de *Os Argonautas* ter sido publicado, outros trabalhos de campo foram realizados. Um deles foi do alemão, radicado nos Estados Unidos, Franz Boas, que realizou uma viagem ao Canadá, especificamente à ilha de Baffin em 1883, onde ficou por um ano para estudar os esquimós. *The Central Eskimo* reunia informações etnográficas observando a rotina da comunidade e foi publicado cinco anos depois, apesar de Boas não ter assumido o papel de pesquisador participante como Malinowski propôs (CASTRO, 2004).

¹ Escola de antropologia fundamentada na ideia de que a sociedade é formada por partes que trabalham juntas, originando uma cultura funcional.

O segundo foi o método genealógico proposto por W.H.R. Rivers em 1912. Suas obras e as de Malinowski possuíam alguns princípios semelhantes, como a necessidade de o pesquisador possuir domínio sobre a língua nativa, a importância da simpatia e do tato na pesquisa (PEIRANO, 1992; ROCHA, 2006). Porém, Rivers acreditava que, para perceber as diferenças por inteiro o pesquisador deveria manter o isolamento, trabalhando sozinho no campo (GOLDENBERG, 2004; PEIRANO, 1992; ROCHA, 2006).

Malinowski pode não ter sido o primeiro a pensar em etnografia como um método de pesquisa, porém deu legitimidade à proposta, reforçando-a ao aderir a busca do ponto de vista do nativo como objetivo, transformando sua proposta em um modelo de etnografia ideal (PEIRANO, 1992; GEERTZ, 1983).

2.3 Características da Pesquisa Etnográfica

Segundo Angrosino (2009), a etnografia é vista como um estilo de pesquisa que engloba métodos qualitativos distintos, se adaptando à área de interesse conforme necessário, oferecendo respostas e ideias. O conjunto de práticas interpretativas que a pesquisa qualitativa possui são capazes de transformar o mundo real em uma diversidade de representações, que se dão através de notas de campo, entrevistas, notas pessoais do pesquisador e suas experiências, conversas; o objetivo do pesquisador é estudar as coisas em seus ambientes naturais e interpretar os significados e fenômenos que as pessoas atribuem à essas coisas (DENZIN; LINCOLN, 2011).

A etnografia como método de pesquisa se fundamenta na observação participante: observação acompanhada da conversação ou entrevista não estruturada. A observação, juntamente com a conversação são classificadas como métodos complementares, sendo que a observação fornece dados visuais e a conversação proporciona respostas diretas dos usuários ao pesquisador, facilitando o esclarecimento de dúvidas ou confirmando dados observados (ANGROSINO; ROSENBERG, 2011; PREECE et al., 2013).

A observação propriamente dita é um ato de identificar um fenômeno e registrá-lo com fins científicos (ANGROSINO, 2009), em que o observador se envolve em uma experiência para notar diferenças culturais, sociais, históricas de um grupo (ROCHA; ECKERT, 2008). O principal motivo do uso da observação na antropologia é perceber a diferença entre o que as pessoas falam e como realmente agem (BLOMBERG et. al, 1993).

Não existe uma regra geral na pesquisa de campo sobre o que deve ser observado, mas alguns aspectos principais costumam ser considerados pelos pesquisadores, independentemente do tipo de observação escolhida para realizar a pesquisa, eles são: as pessoas, as relações entre elas,

o contexto onde vivem, os acontecimentos, atividades que realizam e os objetos com os quais interagem (BLOMBERG et al., 1993; PREECE et al., 2013; GIL, 2008). Como método, pode ser classificada em função de diversos critérios: grau de participação do pesquisador e seu envolvimento (GIL, 2008).

A observação possui diversas formas que possibilitam que o pesquisador escolha a que mais se adeque a sua pesquisa, permitindo a mudança de estratégia no decorrer da mesma (BLOMBERG et al., 1993). Na pesquisa qualitativa a observação normalmente acontece em ambientes onde as atividades ocorrem e é parte integrante da pesquisa etnográfica (ANGROSINO; ROSENBERG, 2011). A observação participante acontece quando o pesquisador investiga a comunidade a que pertence ou quando se insere a um grupo externo para realizar sua pesquisa (GIL, 2008). São classificadas como natural ou artificial respectivamente.

A observação participante possui uma natureza flexível que a pesquisa etnográfica precisa e à medida que o pesquisador vai adquirindo experiência em determinadas situações, ele desenvolve a capacidade de adaptar o percurso da pesquisa sem prejudicá-la (ANGROSINO, 2009; PREECE et al., 2013). Por ser uma habilidade bastante complexa, a observação participante exige formação, experiência e reflexão sobre o processo e deve ser praticada levando em conta as responsabilidades éticas do pesquisador (DENZIN; LINCOLN, 2011; JORDAN, B., 1996).

É importante o registro da pesquisa de campo, atualmente há uma extensa diversidade de recursos tecnológicos disponíveis (câmeras, *smartphones*, *tablets*, etc.) que facilitam esse registro (ANGROSINO; ROSENBERG, 2011). Gibbs (2009) aponta a importância da gravação de vídeo na coleta de dados, pois preserva aspectos visuais que normalmente se perdem durante a transição de conversações e através dela o pesquisador tem a possibilidade de analisar e reanalisar o material coletado quantas vezes achar preciso, além de poder discutir os resultados com outros pesquisadores. A gravação de vídeos permite que outros pesquisadores interpretem com seus próprios conhecimentos o material que estará livre de interpretação e alteração de quem coletou o material (ANGROSINO, 2009; BLOMBERG et al., 1993; PREECE et al., 2013).

Em pesquisas etnográficas, o método mais utilizado é a entrevista, podendo ela ser não estruturada ou conversação, estruturada ou semiestruturada. A entrevista não estruturada é semelhante a uma conversa, tem característica exploratória e investigativa e é de natureza aberta (ANGROSINO, 2009; BLOMBERG et al., 2002; PREECE et al., 2013). A conversação é uma ferramenta valiosa, pois o pesquisador não pode confiar em sua própria intuição para identificar atitudes dos pesquisados, sendo assim, a entrevista não estruturada vai esclarecendo com

perguntas informais questionamentos que podem aparecer durante a observação (ANGROSINO; ROSENBERG, 2011).

Apesar de não seguir um roteiro determinado, a pesquisa etnográfica segue uma lógica de organização para a sua realização e é dividida em três aspectos: o planejamento da pesquisa, a pesquisa de campo propriamente dita e análise dos dados que foram coletados. Esse planejamento serve para definir os objetivos, os participantes, as atividades, os custos da pesquisa, os métodos e materiais que serão utilizados entre outras coisas (GOODMAN et al., 2012); coloca-se em prática os métodos que foram planejados de acordo com os objetivos e especificações da pesquisa de campo para, por fim, os dados coletados durante a pesquisa serem analisados e gerarem resultados.

2.4 Etnografia e Design

Para o Design, segundo Bayazit (2004), foi durante a década de 1960, que profissionais da área perceberam que não poderiam considerar o produto como foco de uma tarefa de design. Foi então necessário adequar novos métodos de produção e designs para atender as necessidades dos indivíduos, já que o estilo de vida das pessoas havia mudado.

Em 1970, trabalhadores começaram a protestar após a implementação dos computadores em seus locais de trabalho, causando luxações, desqualificação, etc. A solução encontrada e aplicada foi a do Design Participativo, criado com o objetivo de tornar o usuário um parceiro de equipe em design (KUJALA, 2003). Neste cenário, a metodologia passou de criando para o usuário para criando com o usuário.

As principais semelhanças entre a etnografia e o design participativo são que ambos os métodos requerem improvisação do trabalho, em que as estratégias e técnicas que são usadas vão sendo decididas ao longo da pesquisa ou do projeto. Outra semelhança é que cada situação de projeto ou pesquisa é única, partindo da necessidade do usuário e não de uma solução tecnológica exclusiva (MULLER et al. 1991). Mas os dois também possuem suas diferenças, tendo em vista que a etnografia é dedicada ao usuário e o design participativo proporciona poderes de decisão a ele.

Na década de 1980 surgiu o sistema CSCW (*Computer Supported Cooperative Work*), cujo o objetivo é de desenvolver ferramentas de computação para apoiar o trabalho em grupo, esse sistema ficou conhecido no Brasil como sistemas colaborativos. Com a intenção de procurar auxílio na compreensão de aspectos da vida humana, áreas da tecnologia recorreram ao apoio da antropologia, já que os profissionais da área tinham o homem como objeto de estudo (BUTTON, 2000; DOURISH, 2006; GREIF, 1998 apud BLOMBERG et al, 1993).

Assim sendo, acredita-se que o CSCW disseminou o uso da etnografia em áreas de projeto em dois pontos: um no desenvolvimento de abordagens metodológicas e teóricas e outra nas relações interpessoais conectando os campos da antropologia, do Sistemas Colaborativos e do Desenho Industrial. (WASSON, 2000).

3 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Este capítulo apresenta a revisão sistemática dividido em duas partes. A primeira parte busca reunir conceitos sobre o que é a RSL, o que os principais autores falam sobre esse tipo de metodologia, bem como apontamentos de algumas diferenças entre esse tipo de revisão e a revisão tradicional. Já a segunda parte apresenta os métodos (passo-a-passo) para a elaboração da revisão sistemática.

3.1 O que é Revisão Sistemática de Literatura/RSL?

Segundo Clark (2001), a revisão sistemática é um tipo de estudo secundário que tem como objetivo reunir, de forma organizada, uma grande quantidade de resultados de pesquisa que ajudam a explicar diferenças encontradas entre estudos primários que investigam a mesma questão. A RSL sempre responde a uma pergunta de pesquisa que é claramente formulada sendo os sujeitos da pesquisa os estudos primários que foram selecionados a partir de um método sistemático já pré-definido. Os estudos primários podem ser qualquer estudo e a escolha desse estudo depende da pergunta que visa responder. Normalmente, a revisão é um estudo retrospectivo, mas há a possibilidade de existir estudos prospectivos.

Concordamos com Obregon (2011) ao considerar a RSL de uma grande relevância científica, sendo um dos métodos mais utilizados em publicações de caráter científico. Esse tipo de metodologia oferece uma contribuição teórica e uma vasta investigação no universo de pesquisas que são desenvolvidas tanto nacional quando internacionalmente.

A Revisão Sistemática de Literatura é uma técnica científica objetiva, eficiente e reprodutível. Ela permite ir além dos estudos independentes encontrados, avalia a veracidade de cada um e explicar suas possíveis inconsistências e conflitos (MULROW, 1994).

Cordeiro, Oliveira, Rentería e Guimarães (2007) dizem:

A revisão sistemática é um tipo de investigação científica que tem por objetivo reunir, avaliar criticamente e conduzir uma síntese dos resultados de múltiplos estudos primários. [...] Os métodos estatísticos (metanálise) podem ou não ser usados para analisar e sumarizar os resultados dos estudos. As revisões sistemáticas são consideradas investigações científicas em si mesmas, assim como as demais revisões, elas são qualificadas, por alguns autores, como estudos observacionais retrospectivos.

O surgimento da revisão sistemática se contrapõe a revisão narrativa ou tradicional já existente. A RSL é adequada para descrever o desenvolvimento de um problema e seu gerenciamento, discutir o assunto do ponto de vista teórico ou contextual, estabelecer analogias ou integrar áreas de pesquisa independentes com o objetivo de promover um enfoque multidisciplinar. No entanto, as revisões tradicionais não oferecem respostas quantitativas para as questões colocadas, ao contrário da revisão sistemática (LED-DIS – UNIFESP).

Itens	Revisão Narrativa	Revisão Sistemática
Questão	Ampla	Específica
Fonte	Frequentemente não especificada, potencialmente com viés	Fontes abrangentes, estratégia de busca explícita
Seleção	Frequentemente não especificada, potencialmente com viés	Seleção baseada em critérios aplicados uniformemente
Avaliação	Variável	Avaliação criteriosa e reprodutível
Síntese	Qualitativa	Quantitativa
Inferências	Às vezes baseadas em resultados de pesquisa	Frequentemente baseadas em resultados de pesquisa

Quadro 1: Diferenças entre revisão narrativa e sistemática. Fonte: LED-DIS – UNIFESP)

3.2 Como fazer a Revisão Sistemática de Literatura/RSL?

A importância de se discutir o método de uma revisão sistemática de literatura é semelhante à de qualquer pesquisa, pois sem delinear a sua forma de desenvolvimento não é possível progredir na mesma (OBREGON, 2011).

Primeiramente é estipulada a pergunta de pesquisa que norteia o rumo do estudo, logo em faz-se uma busca prévia para compreensão do estado atual das pesquisas sobre o tema. O segundo passo é identificar e determinar as bases de dados de busca, identificando as mais relevantes. A Base Capes (<http://www.periodicos.capes.gov.br/>) é um dos mecanismos de busca indexado mais utilizados por pesquisadores brasileiros. Dos estudos identificados, deve-se registrar o número (quantidade) de estudos para cada fonte (Quadro 3). A partir deles, descartam-se os que não preenchem os critérios de inclusão. O número total deve ser registrado, pois ele deve constar no resultado. Serão selecionados os trabalhos que preenchem os critérios de inclusão. É recomendável que se leia os artigos completos para determinar se o estudo preenche ou não os critérios definidos. Os estudos selecionados que mesmo após avaliação do texto completo e que não preencherem os critérios de inclusão da revisão sistemática serão excluídos. Juntamente serão incluídos na os estudos selecionados que, após a avaliação do texto

completo, preenchem todos os critérios de inclusão. Faz-se uma análise de palavras chaves a partir dos conceitos relacionados ao tema, listando as mais frequentes.

Obregon (2011) diz:

A determinação da estratégia de busca para o cruzamento das palavras chave de acordo com as possibilidades e limites de campos de cada base de dados ou mecanismo de busca permite selecionar a amostra, que determinará o total de registros identificados.

A filtragem e exclusão de documentos que não têm relevância para a pesquisa e a inclusão daqueles que apresentam relações claras com a temática é realizada pela determinação de critérios de exclusão e inclusão.

As variáveis de cada estudo, as características da metodologia e dos participantes são registradas e resumidas. A avaliação desses parâmetros é que permitirá a comparação ou não dos estudos selecionados.

Ao final do processo compilam-se e analisam-se os dados determinando os resultados e realizando a redação do processo (Relatório da Revisão Sistemática). A presença de estudos primários nos resultados de revisão sistemática é o ponto de partida para elaborar as conclusões (Castro, 2010)

Esta pesquisa é classificada como exploratória de âmbito qualitativo; seu desenvolvimento foi dividido na **revisão de literatura** e na **revisão sistemática de literatura ou RSL**. Partindo desse princípio, concordamos com Gil (2008) quando diz que a pesquisa exploratória favorece maior familiaridade com o problema.

Primeiramente foi realizada a revisão de literatura fazendo o uso de livros, dissertações e artigos para compreensão geral sobre o que é etnografia. Foram estudados: 1) a antropologia, sendo ela a área de origem da etnografia; 2) sua evolução desde quando foi reconhecida como pesquisa científica até sua aplicação nos dias de hoje; 3) a aproximação e aplicação da etnografia na área e processo de design.

Em um segundo momento realizou-se uma revisão sistemática de literatura para coleta de artigos e dissertações que abordassem a metodologia etnográfica no processo projetual de design. De acordo com Castro (2010), a revisão sistemática de literatura é uma revisão planejada que responde uma ou mais perguntas específicas utilizando métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos assim como coletar e analisar os dados dos mesmos. Discutiremos mais sobre o que é e como se faz a revisão sistemática de literatura nos capítulos a seguir.

Inicialmente, foi formulada **Pergunta de pesquisa** para dar início a busca de estudo, sendo ela: *Quais os alcances e os limites da etnografia no design?* A pergunta é essencial para determinar a estrutura da RSL (CLARKE, 2001).

Em seguida foi elaborado um protocolo (GALVÃO; SAWADA; TREVIZAN, 2004) contendo os principais **Critérios de busca**, que tem como objetivo facilitar os tipos de estudos que se procura.

Base de dados	BDTD ² , Anais P&D ³ , SciELO e Capes
Tipo de documento	Artigos/Dissertações
Área de concentração	Design, Etnografia, Metodologia, Design Participativo, Antropologia.
Período	2012 a 2017
Idioma	Português
Critérios de inclusão	Artigos/dissertações relacionados com metodologias no design e usam a etnografia como metodologia em processos projetuais.
Critérios de exclusão	Artigos/dissertações que não relacionados com metodologias no design e usam a etnografia como metodologia em processos projetuais.

Quadro 2: Critérios de busca Fonte: Autora

Foram realizadas cinco buscas de pesquisa à Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, aos Anais de P&D e à Base SciELO e à Base Capes, obtendo os seguintes dados no quadro 3:

Filtros utilizados para a pesquisa	BDTD	Anais P&D	Base SciELO	Base Capes
1- “Design” AND “Etnografia”	3	3	1	5
2- “Design” AND “Metodologia”	9	10	2	7
3- “Design” AND “Antropologia”	0	3	0	4
4- “Design Participativo” AND “Etnografia”	1	1	0	3
5- “Etnografia” AND “Metodologia”	1	3	1	4
Trabalhos Identificados	14	20	4	23

Quadro 2: Quadro de trabalhos identificados a partir do filtro de pesquisa Fonte: Autora

Em seguida é realizado o **Conjunto Inicial e Final** da RSL, que faz o levantamento dos trabalhos não selecionados, excluídos e incluídos a partir dos artigos/dissertações previamente identificados. (Capítulo 4)

² Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

³ Apesar de não ser uma base de dados, os Anais do P&D possuem uma grande riqueza de artigos sobre o assunto estudado.

A **Análise** dos artigos incluídos é o penúltimo passo, que visa identificar as partes mais relevantes (lacunas/tensões ou resoluções) dos artigos selecionados que contribuem qualitativamente para o estudo e o último passo é a **Síntese**, que é o resumo teórico do estudo, sinalizando se a resposta foi respondida ou não ou em parte.

4 REVISÃO DAS LITERATURAS NAS BASES DE DADOS

Seguindo os Critérios de Busca (Quadro 2), foram realizadas buscas nas seguintes bases de dados: BDTD, Anais P&D, ScIELO e Capes e foram encontrados 61 artigos/dissertações. A partir deste preceito, o presente capítulo aborda as análises dos artigos identificados.

4.1 Artigos Identificados na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

Os resumos dos 14 artigos encontrados na BDTD foram lidos, já sendo avaliados a partir dos critérios de inclusão já pré-definidos. A partir dessa primeira leitura foi possível identificar que 12 dos 14 artigos não cumpriam com os critérios, pois não utilizaram a etnografia como metodologia de abordagem.

Os 2 artigos restantes foram necessários fazer uma leitura completa para assim identificar se seriam incluídos ou excluídos da revisão. Dos 2, apenas 1 foi incluído.

4.2 Artigos Identificados nos Anais P&D

A busca realizada nos anais se deu a partir da identificação das palavras-chave utilizando o filtro de buscas já definido previamente. Foram encontrados 20 artigos, dos quais 10 não usaram a metodologia etnográfica, ou seja, não cumpriram os critérios de inclusão.

Os outros 10 artigos além das palavras-chaves, também foram lidos o resumo e a conclusão para análise de inclusão ou exclusão. Destes 10, 4 foram incluídos.

4.3 Artigos Identificados na Base ScIELO

Na base ScIELO foram encontrados 4 artigos a partir dos critérios definidos. Foram lidos os resumos de todos eles até chegar à conclusão que nenhum dos artigos encontrados seriam incluídos na revisão, pelos critérios de inclusão, os 4 não usavam a etnografia como metodologia em seus estudos. De 4 artigos, 0 foram incluídos.

4.4 Artigos Identificados na Base Capes

Utilizando o filtro de busca nos periódicos da Capes, foram encontrados 20 artigos. A partir do resumo e das palavras chaves de cada artigo encontrado, 13 foram não utilizam a etnografia como metodologia, além de não terem um foco definido no design. Os 7 artigos que sobraram foram necessária a leitura mais completa, um deles foi preciso fazer a releitura e chegou-se à conclusão que houve o uso da etnografia na como metodologia, sendo assim 1 artigo foi incluído no estudo.

Usando a análises anteriores como parâmetro, obtemos a Condição Inicial e Final da revisão sistemática como apresenta a figura 1.

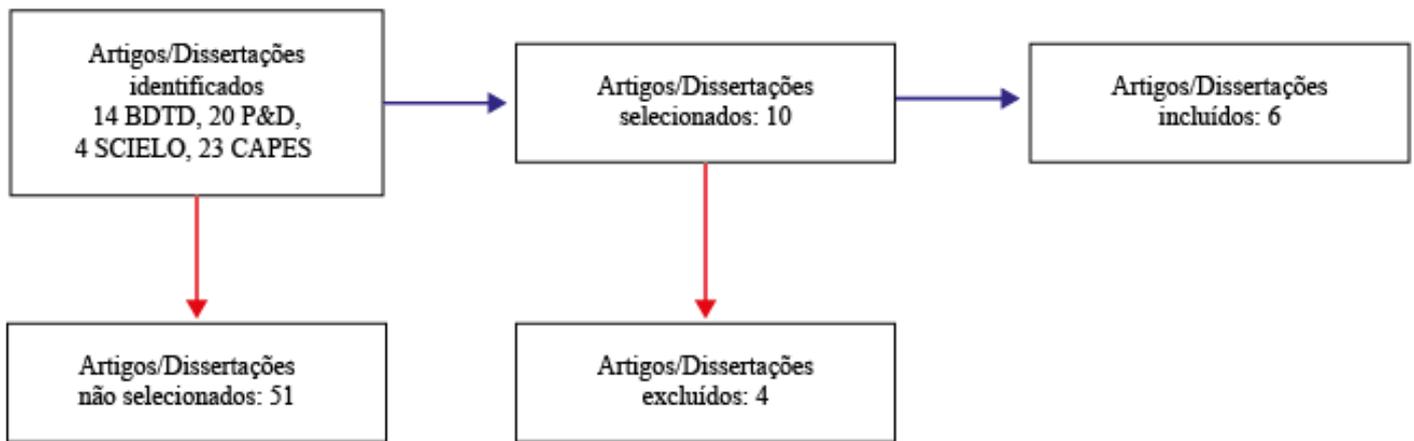


Figura 1: Conjunto Inicial e Final da RSL Fonte: Autora

O quadro a seguir apresenta os artigos incluídos na revisão:

N	Título	Autor
1	<u>Dissertação:</u> Um estudo sobre Etnografia aplicada ao Design	ARAUJO, Eduardo Pucude.
2	<u>Artigo:</u> O design e a etnografia em um cenário pós-tragédia: uma intervenção no Vale do Itajaí.	MEYER, Guilherme C. e PEREIRA, Alice T.
3	<u>Artigo:</u> As cadeias produtivas do artesanato de Alcântara: aspectos metodológicos.	NORONHA, Raquel; ALVES, Milena e MEDEIROS, Imaira Portela.
4	<u>Artigo:</u> Design e antropologia: desafios em busca de um diálogo promissor.	ANASTASSAKIS, Zoy.
5	<u>Artigo:</u> Embarcações e Manguezais: tipografia e etnometodologia.	NORONHA, Raquel; SANTOS, Marcella Abreudos e PORTELA, Raiama.

6	Artigo: Técnicas Baseadas em Etnografia e Prototipagem no Design de interface de Aplicativo Mobile para Gerenciamento Acadêmico	SANTA ROSA, José Guilherme; GURGEL, Andrei; PASSOS, Marcel
---	---	--

Quadro 4: Artigos incluídos para estudo Fonte: Autora

5 ANÁLISE DOS ARTIGOS SELECIONADOS

5.1 Um estudo sobre Etnografia aplicada ao Design (ARAUJO, 2013)

A pesquisa tem como objetivo unir o método de pesquisa etnográfica à metodologia do design, extrair os principais requisitos da etnografia que podem ser aplicados na fase de imersão do *Design Thinking* para atingir sua amplitude e é através de um projeto de design de serviços, realizado por uma empresa de Design Estratégico, que o autor apresenta a adaptação da etnografia ao método de design.

Apesar de se referenciar em vários autores, foram escolhidos como base metodológica para o *Design Thinking* a metodologia utilizada pela empresa IDEO⁴:

[...] permitiu uma agilidade na construção do planejamento de projeto. [...] ocorreu somente durante a etapa de planejamento, pois o detalhamento e a profundidade das informações [...] permitiram à equipe utilizar somente em uma dimensão macro. (ARAUJO, 2013).

E como base metodológica para a etnografia a metodologia de Spradley (1979) que traz uma abordagem para a pesquisa que o mesmo chama de “pesquisa estratégica”.

Essa abordagem leva a uma aproximação maior com os objetivos dos designers em relação a execução de uma pesquisa. Afinal, designers buscam entregar respostas para necessidades humanas através de novos produtos e serviços. E por isso, a classificação estruturada de Spradley da pesquisa Etnográfica em etapas serve como referência para projetos dessa natureza (SPREADLEY, 1979 apud ARAUJO, 2013).

O autor também ressalta as diferenças entre a etnografia utilizada pelo design e pela antropologia, como questões de tempo e de objetivos finais, já que o exemplo estudado necessitava de resultados rápidos para um tempo curto.

Em relação ao tempo de pesquisa Araújo também diz:

Dadas as restrições de prazo dos projetos de Design na indústria, muitos métodos etnográficos empregados pelos designers ficaram conhecidos como “Etnografia rápida” (NORMAN, 1998 apud ARAUJO, 2013).

Ou seja, os próprios profissionais do design começaram uma busca de processos metodológicos com a finalidade de agilizar as suas pesquisas etnográficas, montando times multidisciplinares com objetivos definidos para que a pressão do tempo não comprometa a qualidade da pesquisa.

⁴ Empresa americana de consultoria em Design fundada por Tim Brow e David M. Kelley.

A etnografia é utilizada de maneira parcial pelo design para responder objetivos específicos e tem como finalidade inspirar soluções e ideias que serão transformadas em produtos ou serviços.

O processo de etnografia aplicada ao design é outro, pois não as verdades fundamentadas sobre um grupo social, mas sim por *insights* criativos dos mesmos.

Em relação à metodologia etnográfica proposta pela empresa em seu projeto o autor conclui:

[...] esta proposta metodológica de Spradley, é vista como um fator que limita os resultados que são esperados na etnografia quando ele delimita e segmenta suas etapas de processo, estabelecendo uma forma linear de pesquisa o que não é uma característica dos projetos de etnografia nem de design (ARAUJO, 2012).

5.2 O design e a etnografia em um cenário pós-tragédia: uma intervenção no Vale do Itajaí (MEYER; PEREIRA, 2012)

Os autores deste artigo abordaram a metodologia do design e a metodologia etnográfica como ferramentas para auxiliar a gestão de moradias temporárias que são abrigadas por famílias que precisaram sair de suas casas devido a tragédias climáticas que ocorreram na região, ou seja, é a aproximação do design e da etnografia para formar um mecanismo que possa lidar com a complexidade de cenários como o dos abrigos temporários.

O olhar etnográfico, que envolve a complexa tarefa de estranhar a realidade que se está investigando, nos serve aqui em diversos propósitos. Um deles, o mais notável, a possibilidade de ter contato direto com as práticas, os movimentos e valores que envolvem o cotidiano das moradias (DAMATTA, 1981 apud MEYER; PEREIRA, 2012).

É a partir do Design Centrado no Humano ou HCD de Krippendorf (2006), com o humano como o principal foco de atenção do design; e da etnografia que visa conquistar a empatia das famílias que moravam nos abrigos temporários, que se começa a pesquisa.

Meyer e Pereira (2012) acreditam que o design:

[...] um meio de formar e trabalhar com equipes multidisciplinares, identificar e hierarquizar os problemas, buscar informações necessárias para tratá-los, gerar conceitos e alternativas de soluções, realizar testes rápidos dessas propostas através da criação de protótipos e esquemas concretos, identificar mecanismos necessários para que as soluções sejam implementadas e usufruídas (MEYER; PEREIRA, 2012).

Junto com uma equipe multidisciplinar de educadores, assistentes sociais e psicólogos, os pesquisadores, através do envolvimento da etnografia e do uso da abordagem de design, lograram em identificar vários problemas que persistiam nessas moradias por meio de oficinas, onde se reuniam, juntamente à essa equipe, os moradores. “Pensamos em maneiras de atender aos problemas escolhidos. Criamos protótipos. Envolvermo-nos num estágio detalhado de testes

e aperfeiçoamento das propostas. E projetamos soluções concretas para aquele cenário catastrófico.” (MAYER; PEREIRA, 2012)

Para os autores, o design e a etnografia mostraram ser ferramentas de conciliação, promovendo trabalho colaborativo entre atores de perfis distintos cujo o interesse em comum era melhorar a vivência no estado em que se encontravam.

5.3 As cadeias produtivas do artesanato de Alcântara: aspectos metodológicos (NORONHA; ALVES; MEDEIROS, 2012)

Esta pesquisa apresenta a sistematização de processos produtivos através do mapeamento de cadeias produtivas de artesanato utilizando a etnografia e a partir dessa sistematização “identificar os valores do artesanato a partir do ponto de vista dos produtores e suas representações sobre o consumo de seus produtos, quando estão em contato com os consumidores ou os mediadores da cadeia produtiva” (NORONHA; ALVES; MEDEIROS, 2012).

A pesquisa etnográfica serviu como ferramenta para melhor compreensão da realidade dos artesãos e o desenvolvimento de seminários de trabalho para somar e compartilhar as experiências no contexto coletivo.

As autoras acrescentam:

Nossa abordagem enfatiza o entendimento dos processos e do mapeamento das cadeias produtivas a partir da convivência e da troca de experiências entre os pesquisadores e os sujeitos da pesquisa e garantindo resultado rico e representativo, em um processo dialógico de trabalho, possibilitando o compartilhamento de saberes. Reforça-se a possibilidade de aquisição do saber a partir das tarefas compartilhadas desenvolvidas entre pesquisador e pesquisado (BHABHA, 1994; APPADURAI, 2008 apud NORONHA; ALVES; MEDEIROS, 2012).

Os seminários tinham como objetivo apresentar a finalidade da pesquisa, identificar as principais etapas das cadeias produtivas, informações sobre a produção e através desta identificação as pesquisadoras se familiarizaram com os nomes das etapas, as ferramentas utilizadas e a sequência produtiva.

Este foi o resultado de um trabalho compartilhado e coletivo, entre artesãs, professores e alunos que durante toda a pesquisa se disponibilizaram a entender o processo produtivo como uma cadeia, em que cada etapa e cada agente têm relação direta com o todo e com o resultado final, que é a transformação da matéria-prima em artefato (NORONHA; ALVES; MEDEIROS, 2012).

Um ponto interessante é: mesmo que a pesquisa tenha sido colaborativa com pesquisadoras, alunos e artesãs, as autoras têm ciência da sua responsabilidade como comunicadoras do conteúdo e das informações que conseguiram em campo, pois elas traduziram esses valores das cadeias produtivas e materializaram as identidades neste artigo.

Por fim concluem que:

É nosso *metiér* construir imagens/artefatos elaborados a partir do domínio de uma linguagem específica e direcionados a determinadas condições de usos e experiências. A possibilidade de nos aproximarmos de nossos sujeitos de pesquisa e construir coletivamente a identificação de valores é um processo em análise, sincrônico, e comprometido com o que consideramos o lugar do designer/pesquisador no processo de comunicação (NORONHA; ALVES; MEDEIROS, 2012).

E afirmam que os designers são atores e sujeitos neste processo etnográfico “nos cabendo um papel hierarquicamente mais próximo ao dos nossos sujeitos de pesquisa.” O entendimento dos profissionais é extremamente afetado, pois são eles que perceberão os limites e fragilidades deles mesmos e dos sujeitos que pesquisam, construindo uma relação sincronizada capaz de aprender continuamente a elaborar os próprios sistemas de informação.

5.4 Design e antropologia: desafios em busca de um diálogo promissor (ANASTASSAKIS, 2012)

O presente artigo aponta uma crítica aos profissionais do design em relação ao uso das metodologias antropológicas na nossa área, tanto na esfera do mercado quanto no âmbito acadêmico crendo que não há um referencial suficiente que auxilie o uso dessas ferramentas ou que o uso da terminologia *antropológica/etnográfica* venha sendo usada de forma equivocada.

é possível afirmar que existe hoje, no design, uma *vulgata* – entendida aqui como edição, tradução ou leitura de divulgação popular – da terminologia própria da antropologia, que vem se espalhando, na maioria das vezes, de forma desordenada e, por que não dizer, incongruente e anômica (ANASTASSAKIS, 2012).

O ponto principal que a autora expõe é que a maioria dos projetos (isso incluindo estudos e pesquisas) em design abordam a antropologia ou a etnografia fundamentando-se em pesquisas previamente produzidas no campo do design e uma das principais publicações é da empresa IDEO, que aborda a antropologia/etnografia e o *Design Thinking* em seus projetos estratégicos e de inovação.

O que significa que, muitos profissionais do design acabam pegando apenas como referência as publicações da IDEO e similares sem se preocuparem em buscar novas referências e investindo menos na pesquisa antropológica e etnográfica aplicada ao design do que desejado.

A autora ressalta também que isso não é uma prática cometida por todos os profissionais, apesar de ser bastante significativa.

afinal, há hoje, dentre a comunidade profissional disciplinar de design, a nível mundial, uma série de investimentos bastante consistentes no sentido do aprimoramento dos referenciais antropológicos que balizem as apropriações feitas, no campo do design, do que se poderia chamar de uma abordagem antropológica (ANASTASSAKIS, 2012).

Alguns exemplos de trabalhos e publicações são expostos pela autora “que se concentram na busca por sistematizar referências bibliográficas e históricas para a pesquisa e a prática na interface entre design e antropologia” Anastassakis (2012), destacando o artigo “*Ethnography in the field of design*”, de Christina Wasson (2000), e a coleção “*Design Anthropology. Object culture in the 21st century*”, de Alison J. Clarke (2011). O trabalho do *Xerox Palo Alto Research Center* ou PARC) ganha visibilidade por ser considerado um laboratório pioneiro no uso etnografia em projetos de design (Clark, 2011; Wasson, 2000 apud Anastassakis, 2012).

Outro ponto importante que a autora apresenta é de onde surgiu a relação do estudo de design e antropologia e referencia o designer Pedro Luiz Pereira de Souza que diz que o antropólogo Hewes se interessou pelos aspectos tanto culturais quanto antropológicos das posições corporais, sendo assim, “foi através da ergonomia que o conceito de relativismo cultural adentrou no universo do design moderno” (Souza, 2008).

5.5 Embarcações e Manguezais: tipografia e etnometodologia (NORONHA; SANTOS; PORTELA, 2012)

O trabalho selecionado aponta o mapeamento dos saberes e fazeres tradicionais, como as autoras nomeiam, de carpinteiros navais do estado do Maranhão e utiliza a ferramenta de pesquisa etnográfica para interpretar e reconhecer traços da identidade local e contribuir para que esses conhecimentos e produção sejam preservados.

As autoras apontam:

“A etnografia como um veículo privilegiado de entendimento das realidades sociais [...] caracterizada por inúmeras etapas que perpassam a identificação, observação, descrição, classificação e interpretação dos significados simbólicos dos fazeres, dos saberes e das histórias de determinado grupo ou cultura e, ainda, as formas tangíveis destes significados – seus produtos, seus objetos e suas imagens, ou seja, a sua cultura material” (NORONHA; SANTOS; PORTELA, 2012).

Concordam com Souza Filho que diz que a etnografia, para o que propuseram, irá valorizar as várias questões dos sujeitos da pesquisa, que neste caso são os carpinteiros navais, quando os mesmos estão inseridos em seu contexto sociocultural e o designer potencializará o processo de aquisição de dados, se preocupando com o local social de quem proporciona as informações e qual o contexto em que foram originadas.

“Além desses aspectos tal abordagem leva em consideração a própria participação do designer como agente na interação com os sujeitos da pesquisa, evitando que sua intervenção interfira na qualidade da informação fornecida” (SOUZA FILHO et al, 2009).

E usufruem da abordagem de Beaud e Weber para registros dessa etapa feitos a partir de observações e entrevistas que acreditam ser os dois principais vieses para a pesquisa avançar, pois nessa etapa o pesquisador buscar interpretar os aspectos socioculturais do sujeito de pesquisa dentro do seu meio, em sua veracidade

O objetivo proposto por esta pesquisa era de traduzir, propagar, valorizar as produções e conhecimentos dos mestres artesãos navais e a pesquisa etnográfica proporcionou identificar que há problemas neste tipo de trabalho, indo da insatisfação dos carpinteiros com a profissão passando pela falta de lugares adequados para a produção dos barcos até a falta de incentivo dos órgãos públicos.

As pesquisadoras concluem que a cadeia de produção é quebrada quando os carpinteiros não incentivam os filhos a seguirem a profissão por ter remuneração precária e os próprios filhos não despertam o interesse no trabalho e o fato de que os artesãos não possuem suas peculiaridades ao produzir os barcos documentados.

5.6 Técnicas Baseadas em Etnografia e Prototipagem no Design de interface de Aplicativo Mobile para Gerenciamento Acadêmico (SANTA ROSA; GURGEL; PASSOS, 2012)

Este artigo tem como proposta melhorar o uso de um aplicativo acadêmico utilizando a metodologia da etnografia juntamente com metodologia de design participativo.

Baseado na metodologia de design participativo, este artigo relata o processo de pesquisa e desenvolvimento de uma versão mobile de um sistema já existente para desktop e amplamente utilizado para o compartilhamento de informações acadêmicas em uma universidade federal do Brasil. [...] foram realizados estudos baseados em etnografia envolvendo docentes e discentes [...] (SANTA ROSA; GURGEL; PASSOS, 2012).

Os autores realizaram a pesquisa etnográfica, com aplicações de técnicas, com discentes e docentes da instituição, elencando as expectativas e necessidades dos usuários para com o aplicativo, suas relações de uso com o mesmo, inspeção de usabilidade e a realização de tarefas designadas pelos pesquisadores.

A metodologia utilizada pelos autores é eficaz e gera um resultado promissor ao final da pesquisa, porém o uso da etnografia pode não ter sido correto. Não fica claro se os autores se basearam nas referências de Cooper (2007) em relação ao uso da etnografia em projetos de design de interação que diz:

Estudos contextuais desenvolvidos no processo do design de interação devem trazer o espírito da pesquisa etnográfica e aplicá-lo em um nível micro. Em vez de tentar compreender comportamentos e rituais sociais de uma cultura inteira, seu objetivo deve ser compreender comportamentos e rituais de grupos de pessoas que interagem com produtos específicos (TAVARES; AGNER; FERREIRA, 2010 apud COOPER, 2007).

A análise contextual descrita por Cooper (2007) é apenas apresentada como uma das técnicas utilizadas durante a etapa de pesquisa com o usuário podendo-se considerar que a metodologia etnográfica usada nesta pesquisa não é claramente descrita e explorada, é apenas exemplificada no método de observações envolvendo usuários para avaliação de usabilidade do aplicativo acadêmico.

6 SÍNTESE

Após pesquisas feitas nos bancos de dados, foram encontradas 5 artigos e 1 dissertação que contemplassem os filtros selecionados para busca que utilizassem ou referenciassem a etnografia como metodologia aplicada em projetos de design. Cada autor utiliza a metodologia etnográfica como lhe convém, sempre havendo espaço para modificações e adaptações a cada projeto.

Em relação à pergunta realizada na revisão sistemática “Quais os alcances e limites da etnografia no design?”, pode-se dizer que não há um resultado absoluto, mas como é previsto, em toda pesquisa há seus altos e baixos, fazendo assim que em todos os artigos selecionados a metodologia etnográfica contribuiu para um resultado satisfatório no final de cada projeto.

Por meio da RSL compreende-se que a etnografia pode ser utilizada em vários projetos de design e serve como um meio para atingir um resultado. A análise de cada artigo tem suas semelhanças, porém, o que se percebe é que a maioria possui cunho social, não que as outras pesquisas não tenham sua importância, até porque a etnografia aplicada ao design serve para qualquer tipo de projeto.

Percebe-se que 4 das 6 pesquisas selecionadas não seguem uma regra de observação quando vão a campo, mas sim levam em consideração o contexto em que os sujeitos pesquisados estão inseridos e principalmente a relação entre eles.

Destaca-se, na interação entre sujeito e designer, a possibilidade de conquista do próprio sujeito que está sendo pesquisado, que é abordado nos estudos como uma virtude essencial da etnografia, é importante criar um vínculo e gerar confiança entre sujeito e o profissional, pois assim que os autores conseguiram informações para abastecer a sua pesquisa.

Nas leituras realizadas entende-se que os alcances desta metodologia são promissores: como difundir conhecimentos, melhorar processos de produção, desenvolver produtos para casos específicos, desenvolver estratégias para venda de um serviço, mas assim como existem alcances há também seus limites e um dos principais é o fator tempo. Alguns projetos requerem um período maior de pesquisa de campo, porém o tempo para que o projeto seja entregue é muito curto, comprometendo, na maioria das vezes, a integridade do resultado devido a celeridade.

Acredita-se também que os principais limites ao adotar a etnografia como metodologia são o equívoco em denominar sua pesquisa como etnográfica ao confundir com outras metodologias do design que, por instância, possam ser semelhantes; e a utilização de poucas referências sobre a mesma, fazendo com que o designer apenas busque referências pré-selecionadas para desenvolvimento dos projetos.

Mesmo com essas limitações, os resultados dos projetos dos estudos selecionados obtiveram sucesso/foram positivos, pois alcançaram seu objetivo principal que era criar uma estratégia para a venda de um serviço, desenvolver um produto que melhorasse a gestão das moradias temporárias, difundir e traduzir conhecimento de artesãos para que o mesmo não se perca na história.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho abrange a origem da etnografia e o significado do seu conceito para a antropologia e a compreensão da aproximação entre etnografia e design, e a prática etnográfica como método de pesquisa científico.

Entende-se que antigamente o uso da etnografia como metodologia já era comum mesmo sem ter essa nomenclatura, pois povos antigos já buscavam descrever costumes de outros povos por meio de observações. A etnografia só passou a ter esta dominação quando a antropologia se constituiu como um saber científico, pondo o homem como centro do conhecimento.

A partir de 1960 houve a aproximação da mesma ao design, onde profissionais da área perceberam que o foco não era o produto realizado em um projeto e sim para quem eles eram destinados, sendo assim buscaram na etnografia maior entendimento. Este entendimento voltado para o sujeito pesquisado, a realidade social que ele vive, para que coletivamente (designer e sujeito) construam um processo de desenvolvimento de pesquisas, produtos ou serviços.

Através da revisão sistemática de literatura realizada neste trabalho pode-se perceber, por meio das práticas que foram estudadas nos artigos selecionados, que a metodologia etnográfica não é o principal viés para o desenvolvimento de uma pesquisa, mas serve como um auxiliar que, juntamente com a metodologia de design, contribui para que o projeto obtenha maior sucesso.

No entanto esse sucesso algumas vezes pode ser comprometido pelo próprio profissional que limita suas buscas, procurando referências pré-prontas, às vezes não intencionalmente, mas

em virtude do prazo estipulado para entrega do projeto costumar ser apertado, fazendo assim com que o processo seja acelerado ou como Norman (1998) denominou de “etnografia rápida”.

Nesse contexto a relação sujeito e designer é colaborativa. Em que o sujeito é o provedor de informações, destacando suas necessidades, história e realidade em que está inserido. Considerar o sujeito pesquisado em seu contexto é parte essencial da etnografia, onde o designer pode realizar um trabalho “puro”, sem interferência de terceiros. Nesse caso o sujeito torna-se um participante direto do desenvolvimento do projeto.

Já o designer tem papel de mediador de processos e potencializador de informações, hierarquizando e interpretando dados que lhe são concedidos, preocupando-se com a realidade social e em quais circunstâncias foram adquiridas. Possui ainda o papel de difundir conhecimentos para que os mesmos não se percam na história ou fiquem restritos a poucos. Sua participação como agente de interação com o sujeito da pesquisa também é levada em consideração, pois procura evitar que sua intervenção acabe afetando a qualidade das informações que lhe são concedidas, prevenindo, assim, respostas tendenciosas.

Considerando-se as situações descritas nos trabalhos encontrados na revisão sistemática, como de tragédias naturais, cadeias produtivas e outros, constata-se que o envolvimento do designer e a colaboração dos sujeitos trouxeram efetividade para o objetivo da pesquisa.

Desse modo compreende-se que a etnografia aplicada ao design é um processo longo, que está sujeito a imprevistos e necessita de uma conexão entre o designer e o sujeito estudado para que haja confiança e assim ocorra a identificação dos processos juntamente com as soluções propostas e que ambas sejam trabalhadas com foco.

Faz-se necessário o maior conhecimento e utilização da etnografia como metodologia por parte dos profissionais de design, mesmo havendo uma aproximação de ambas as áreas e a combinação da etnografia com metodologias de design. Durante a RSL, poucos foram os estudos encontrados que utilizassem a etnografia como metodologia em seus projetos, mas estes selecionados na pesquisa obtiveram resultados positivos, confirmando, assim, que a etnografia é uma metodologia eficaz, pois a partir dela obtém-se fontes de informações dos sujeitos para quem se produz.

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, E; NOJIMA, V. **Um estudo sobre Etnografia aplicada ao Design**; Rio de Janeiro, 2013. 104p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- ANASTASSAKIS, Z. **Design e antropologia: desafios em busca de um diálogo promissor**. São Luís: Anais P&D, 2012.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e Observação Participante**. 1 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. (Coleção Pesquisa Qualitativa).
- ANGROSINO, M.; ROSENBERG, J. Observations on Observation. Continuities and Challenges. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Ed.). **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. [S.l.]: Sage Publications, 2011, p. 151-175. Disponível em: <www.sagepub.in>. Acesso em: 5 nov. 2017.
- BAYAZIT, N. Investigating Design: A Review of Years of Design Research. **Design Issues**, Massachusetts, v. 20, n. 1, p. 16-29, mar. 2004.
- BLOMBERG, J.; GIACOMI, J.; MOSHER, A.; SWENTON-WALL, P. Ethnographic Field Methods and Their Relation to Design. In: SCHULER, D.; NAMIOKA, A. (Ed.). **Participatory Design: Principles and Practices**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1993, p. 123-155.
- BUTTON, G. The Ethnographic tradition and design. **Design Studies**, London, v. 21, n. 4, p. 319-332, 2000.
- CASTRO, C. (Org.). **Franz Boas: Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CASTRO, A. **Revisão Sistemática e Meta-análise**. 2010. Disponível em: <<http://www.usinadepesquisa.com/metodologia/wp-content/uploads/2010/08/meta1.pdf>> Acesso em: 13 nov. 2017.
- COOPER, A.; REIMANN, R.; CRONIN, D. **About Face 3: The Essentials of Interaction Design**. Indianapolis, IN; Wiley Publishing, Inc., 2007
- CORDEIRO, A. M.; OLIVEIRA, G. M. de; RENTERÍA, J. M.; GUIMARÃES. Revisão sistemática: uma revisão narrativa. In: **Rev. Col. Bras. Cir.** vol.34 no.6 Rio de Janeiro Nov./Dec.2007.
- COCHRANE, **Curso de revisão sistemática do Centro Cochrane do Brasil e do Laboratório de Educação a Distância - LED-DIS do Departamento de Informática em Saúde da Universidade Federal de São Paulo/Escola Paulista de Medicina**. Disponível em: <http://www.virtual.epm.br/cursos/metanalise/conteudo/valida>. Acesso em: novembro de 2017.
- DEMO, P. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.). **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. [S.l.]: Sage Publications, 2011, p. 1-20. Disponível em: <www.sagepub.in>. Acesso em: 6 set. 2017.
- DOURISH, P. **Where the Action is: The foundations of Embodied Interaction**. 1 ed. Cambridge: MIT, 2001.

- DOURISH, P. Implications for Design. In: **CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS CHI**, 2006, Montreal. Proceedings... Montreal: ACM press, 2006.
- GALVÃO, C M; SAWADA, N. O.; TREVIZAN, M A. Revisão Sistemática: recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**. 2004.
- GEERTZ, C. **From the native's point of view**. Further Essays in Interpretive Anthropology. New York: Basic Books, 1983.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIBBS, G. **Análise de Dados Qualitativos**. 1 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. (Coleção Pesquisa Qualitativa).
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 8 ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.
- KRIPPENDORFF, K. **The semantic turn**. A new foundation for design. US: Taylor & Francis Group, 2006.
- KUPER, A. Histórias Alternativas da Antropologia Social Britânica. **Etnográfica**, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 109-230, 2005.
- KUJALA, S. User involvement: a review of the benefits and challenges. **Behaviour & Information Technology**, Taylor & Francis Online, v. 22, n. 1, p. 1-16, 2003. Disponível em <<http://www.tandfonline.com>>. Acesso em: 16 jan. 2017.
- LAPLANTINE, F. **Aprender Antropologia**. 15. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- MEYER, G; PEREIRA, A. **O designer e a etnografia em um centro pós-tragédia: uma intervenção no Vale do Itajaí**. São Luís: Anais P&D, 2012.
- MULLER, M.; BLOMBERG, J.; CARTER, K.; DYKSTRA, E.; MADSEN, K.; GREENBAUM, J. Participatory in Britain and North America: Responses to the Scandinavian challenge. In: **CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS CHI**, 1991, New Orleans. Proceedings... New York: ACM press, 1991.
- MULROW, C.D. Systematic reviews: rationale for systematic reviews. **British Medical Journal** 1994;309: 597-9
- MULROW, C.D. Rationale for systematic reviews. **British Medical Journal**, Londres, n. 9, p.309-507, 1994.
- NORONHA, R. **Do centro ao meio: um novo lugar para o designer**. São Luís: Anais P&D, 2012.
- NORONHA, R; ALVES, M; MEDEIROS, I. **As cadeias produtivas do artesanato de Alcântara: aspectos metodológicos**. São Luís: Anais P&D, 2012.
- NORONHA, R; SANTOS, M; PORTELA, R. **Embarcações e Manguezais: tipografia e etnometodologia**. São Luís: Anais P&D, 2012.
- OBREGON, R. de F. A. **O padrão arquetípico da alteridade e o compartilhamento de conhecimento em Ambiente Virtual de Aprendizagem**. Tese (Doutorado) – UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento/EGC, 2011.

PEIRANO, M. 1992. **A favor da etnografia**. Brasília: Universidade de Brasília, 1992. (Série Antropologia).

PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. **Design de Interação: Além da interação homem-computador**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

ROCHA, G. A etnografia como categoria de pensamento na antropologia moderna. **Cadernos de campo**, São Paulo, n. 14/15, p. 99-114, 2006.

ROCHA, A.; ECKERT, C. Etnografia: Saberes e Práticas. In: PINTO, C.; GUAZZELLI, C. (Org.). **Ciências humanas: pesquisa e métodos**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008.

_____, R.; SOUSA FILHO, B.; SANTOS, C. **Design etnográfico: uma proposta metodológica**. Bauru: Anais do 8º CIPED, 2009

SANDERS, E. **Ethnography and the Empowerment of Everyday People**. A white paper written for Microsoft Corporation. 2004. Disponível em: <www.maketools.com>. Acesso em: 5 nov. 2017.

SANTA ROSA, J. G.; GURGEL, A.; PASSOS, M. Técnicas Baseadas em Etnografia e Prototipagem no Design de interface de Aplicativo Mobile para Gerenciamento Acadêmico. **Infodesign: Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 2, n. 9, p.88-99, abr. 2012

TAVARES, P; AGNER, L; FERREIRA, S.L.B. **Avaliações de Usabilidade de Dispositivos Móveis de Coleta de Dados Domiciliar através de Entrevistas Baseadas em Cenário e Tarefas**. Disponível em <https://www.researchgate.net/profile/Luiz_Agner/publication/228466860_Avaliacao_de_Usabilidade_de_Dispositivos_Moveis_de_Coleta_de_Dados_Domiciliares_Atraves_de_Entrevistas_Baseadas_em_Cenarios_e_Tarefas/links/004635280e089a0c86000000.pdf> Acesso em: 10 dez 2017

ULLMANN, R.A. **Antropologia: O Homem e a Cultura**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

WASSON, C. **Ethnography in the Field of Design. Human Organization**, [S. l.], v. 59, n. 4, p. 377-388, 2000.

WHITNEY, P; KUMAR, V. Faster, cheaper, deeper user research. **Design Management Journal**, Boston, v.14, n. 2, p. 50-57, 2003.

WURMAN, R. S.. **Ansiedade de informação: como transformar informação em compreensão**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.