

Visualizações situadas: contribuições da abordagem etnográfica para o design da informação

Visualizaciones situadas: contribuciones del enfoque etnográfico al diseño de la información

Situated visualizations: contributions of the ethnographic approach to information design

Sheila Gouveia dos Passos, João Pedro Minto Russo, Elton Moura Nickel

design da informação, etnografia, alteridade, antropologia, visualização situada

Este artigo explora tensões entre instrumentalização e reflexividade nos encontros entre design da informação e etnografia. Examinamos como diferentes modalidades de aproximação entre estes campos geram distintas possibilidades de conhecimento e prática projetual. Através da análise de experiências de visualização em contextos diversos, investigamos como reconhecer a alteridade como constitutiva de qualquer situação de design pode transformar visualizações de ferramentas de transmissão em espaços de encontro intercultural. Argumentamos que esta perspectiva revela possibilidades não antecipadas quando habitamos tensões produtivas ao invés de buscar resolvê-las através de métodos padronizados.

diseño de la información, etnografía, alteridad, antropología, visualización situada

Este artículo explora tensiones entre instrumentalización y reflexividad en los encuentros entre diseño de la información y etnografía. Examinamos cómo diferentes modalidades de aproximación entre estos campos generan distintas posibilidades de conocimiento y práctica proyectual. A través del análisis de experiencias de visualización en contextos diversos, investigamos cómo reconocer la alteridad como constitutiva de cualquier situación de diseño puede transformar visualizaciones de herramientas de transmisión en espacios de encuentro intercultural. Argumentamos que esta perspectiva revela posibilidades no anticipadas cuando habitamos tensiones productivas en lugar de buscar resolverlas mediante métodos estandarizados.

information design, ethnography, alterity, anthropology, situated visualization

This article explores tensions between instrumentalization and reflexivity in encounters between information design and ethnography. We examine how different modalities of approximation between these fields generate distinct possibilities for knowledge and design practice. Through analysis of visualization experiences across diverse contexts, we investigate how recognizing alterity as constitutive of any design situation can transform visualizations from transmission tools into spaces of intercultural encounter. We argue that this perspective reveals unanticipated possibilities when we inhabit productive tensions rather than seeking to resolve them through standardized methods.

1 Introdução

A visualização e comunicação da informação representam desafios fundamentais no design contemporâneo, evidenciados pela constante tensão entre criar soluções padronizadas globalmente ou adaptadas a contextos específicos. Esta complexidade não se limita apenas à diversidade cultural — onde um mesmo símbolo, cor ou disposição visual pode significar coisas completamente diferentes em culturas distintas — mas estende-se às diferenças linguísticas que influenciam desde a direção em que lemos até a forma como organizamos e categorizamos ideias. Somam-se a isso as variações cognitivas, seja por diferenças neurológicas naturais, por graus diversos de exposição à tecnologia ou por diferentes trajetórias educacionais, criando múltiplas formas de entender e processar informações visuais.

Como, então, podemos criar visualizações e interfaces que vão além de simplesmente “funcionar tecnicamente” para realmente “fazer sentido” para pessoas com backgrounds diversos? Esta questão se torna ainda mais crítica na era da comunicação global instantânea, quando um infográfico, um aplicativo ou um sistema de sinalização pode circular rapidamente entre contextos culturais diferentes, multiplicando os desafios e oportunidades de comunicação visual efetiva.

Frequentemente, os designs criados a partir de perspectivas dominantes (geralmente ocidentais, urbanas e orientadas à tecnologia) carregam suposições implícitas sobre o que é “óbvio”, “lógico” ou “intuitivo”. Estas suposições podem inadvertidamente excluir não apenas pessoas de diferentes origens culturais, mas também idosos menos familiarizados com convenções digitais, crianças em diferentes estágios de desenvolvimento cognitivo ou pessoas com percepções sensoriais diversas. O resultado é a perpetuação de desigualdades mesmo quando a intenção declarada é criar algo “universal” — um paradoxo que demanda novas abordagens no design da informação.

Diante deste cenário, o design tem demonstrado interesse crescente pela etnografia, buscando desenvolver proposições¹ que sejam mais sensíveis à diversidade humana. A promessa é inspiradora: ao conhecer melhor os “usuários” através de pesquisas etnográficas, designers poderiam criar “soluções” que realmente ressoem com pessoas de diferentes backgrounds. Esta aproximação entre design e antropologia é frequentemente celebrada como evidência de maior sofisticação metodológica e compromisso social.

Contudo, uma análise mais atenta de como essa aproximação tem operado na prática revela oportunidades ainda não plenamente exploradas, visto que o que se observa não é uma

¹ Optamos pelo termo “proposição” em lugar de “solução” ou “proposta” para refletir uma compreensão mais ampla e crítica do fazer design (Passos et al., 2025, p. 928). Enquanto “solução” sugere uma resposta final e definitiva a problemas predefinidos, e “proposta” indica uma sugestão para melhoria de situações específicas, “proposição” abrange uma abordagem mais investigativa e transformadora. O termo enfatiza o design como prática que gera novas formas de pensamento e ação, transcendendo a mera resolução de problemas para posicionar o designer como agente que intervém em contextos históricos e sociais complexos através de encontros com diferentes formas de conhecer.

colaboração genuína entre campos de conhecimento, mas a instrumentalização da etnografia como ferramenta para validar pressupostos pré-existentes sobre “necessidades dos ‘usuários’”.

Hale (2018, p. 174, tradução nossa) observa que “organizações que criam, projetam, vendem produtos, programas ou serviços tendem a pensar de forma restrita sobre as pessoas que devem comprar, beneficiar-se ou usar o que essas organizações criam”. Essa lógica — que reduz pessoas a consumidores — frequentemente captura até mesmo pesquisas etnográficas bem-intencionadas, esvaziando seu potencial transformador e restringindo-as a validar pressupostos existentes.

Sob a promessa de tornar o design mais “humano”, essa domesticação (Passos & Russo, no prelo) raramente questiona quem projeta para quem, segundo quais critérios e com que autoridade. No centro do problema está a própria noção de “usuário”, que — como adverte Hale (2018, p. 165) — reflete uma visão atomizada dos sujeitos, alinhada ao individualismo do capitalismo ocidental. Reduzidas a agentes isolados em relação a produtos e serviços, as pessoas têm suas histórias, contextos e relações sociais sistematicamente apagados, o que obscurece o fato de que existem sempre inseridas em redes sociais complexas.

As consequências dessa fragmentação aparecem em tensões práticas recorrentes: visualizações tecnicamente corretas que falham culturalmente, métricas de “comportamento” que ignoram lógicas sociais mais amplas, e a busca por uma “clareza” universal que, na prática, marginaliza formas diversas de interpretar o mundo.

Esta reflexão não surge de uma postura crítica às práticas existentes, mas do reconhecimento de que podemos aproveitar mais plenamente o potencial da abordagem etnográfica para enriquecer o campo do design. A diversidade mencionada nos parágrafos iniciais não é simplesmente um “fator a ser considerado” no design, mas revela algo fundamental: todo ato de criar envolve encontros entre diferentes formas de conhecer e interpretar o mundo. Como observam Passos et al. (2025, p. 928), o design está “profundamente ligado ao envolvimento com o ‘outro’, navegando continuamente pelas diferentes dimensões desse encontro”.

Este “outro” — a alteridade — inclui pessoas de nossa própria sociedade com visões e realidades diferentes das nossas: o idoso que organiza informações segundo lógicas não-digitais, a criança que processa dados de forma não-linear, a comunidade que interpreta cores e símbolos segundo tradições específicas. Reconhecer esta alteridade não como obstáculo, mas como fonte de possibilidades, pode transformar fundamentalmente nossa abordagem ao design da informação.

Esta reflexão emergiu de um engajamento com tensões que se tornaram evidentes através de três formas de atenção: um estranhamento diante da literatura sobre “técnicas” da antropologia no design que revelou padrões recorrentes de instrumentalização; a observação de experiências em que antropologia e design se encontram de formas não-instrumentais; e a reflexão sobre como estas tensões geram compreensões que não pertencem inteiramente nem à antropologia nem ao design.

Ao invés de propor mais uma “abordagem metodológica” que resolvesse questões identificadas — o que reproduziria precisamente a lógica instrumental que nos inquieta — este artigo explora tensões produtivas entre diferentes formas de encontro, examinando o que emerge quando campos de conhecimento se articulam de maneiras reflexivas. Nossa contribuição não está em oferecer soluções para tornar o design da informação “mais etnográfico”, mas em examinar como diferentes tipos de encontro com a alteridade podem revelar possibilidades não antecipadas.

A pergunta inicial — como criar visualizações que realmente “façam sentido” para pessoas com backgrounds diversos — permanece produtivamente aberta. Contudo, sugerimos que habitar esta pergunta como tensão geradora, ao invés de buscar resolvê-la através de métodos “melhores”, pode revelar possibilidades não antecipadas que emergem quando reconhecemos a alteridade como constitutiva ao invés de obstáculo a ser superado.

Esta reflexão reconhece suas próprias limitações — emerge de uma posição específica de pesquisadores brasileiros engajados com literatura sobre design e antropologia — e pode reproduzir algumas das dicotomias que questiona. Contudo, habitamos estas limitações como tensões produtivas, reconhecendo que nossa contribuição está em tornar visível que toda visualização de dados é um ato de tradução cultural que envolve escolhas sobre representação, autoridade e diferença — e que reconhecer isto pode abrir possibilidades transformadoras para a prática do design da informação.

2 Entre instrumentalização e reflexividade: explorando encontros entre design e antropologia

Para compreender as tensões que nos inquietam, precisamos primeiro esclarecer o que entendemos por “instrumentalização” da etnografia no design. Esta clarificação é necessária porque o termo pode sugerir julgamentos morais sobre práticas específicas, quando nossa preocupação é mais sutil e comprometida com tornar visíveis as possibilidades que emergem quando diferentes abordagens são empregadas em qualquer área do conhecimento.

A etnografia, como prática antropológica, possui uma natureza que resiste à redução em protocolos técnicos aplicáveis. Como demonstra Peirano (2014) através de sua reflexão sobre o “instinto etnográfico”, a etnografia constitui fundamentalmente uma forma específica de engajamento com a alteridade que não pode ser separada de sua dimensão teórica. Este engajamento pressupõe a suspensão sistemática de pressupostos etnocêntricos e o reconhecimento de que as pessoas possuem lógicas internas coerentes para suas práticas — compreensão que emerge não da aplicação de técnicas padronizadas, mas de uma sensibilidade desenvolvida através da atenção prolongada aos significados locais.

O argumento central de Peirano (2014, p. 383) é esclarecedor para nossa reflexão: “Etnografia não é método; toda etnografia é também teoria”. Esta formulação revela que boas

etnografias não são simplesmente “resultado de ‘métodos etnográficos’” aplicados para coletar dados, mas “formulações teórico-etnográficas” que emergem do encontro específico entre pesquisador e alteridade (Peirano, 2014, p. 383). O conhecimento etnográfico desenvolve-se através daquilo que a autora chama de “instinto etnográfico” — uma capacidade de detectar a “eficácia social das ações” que se manifesta em momentos de estranhamento, quando aquilo que parece natural se revela como culturalmente específico (Peirano, 2014, p. 378).

Esta compreensão oferece uma perspectiva valiosa para examinar como etnografia e design se encontram na prática. Quando a etnografia é tratada como conjunto de técnicas aplicáveis para “conhecer ‘usuários’”, pode perder precisamente sua potência transformadora — a capacidade de questionar pressupostos através do reconhecimento de que diferentes formas de conhecer revelam aspectos da realidade que permanecem invisíveis enquanto operamos segundo categorias não-examinadas.

Nossa preocupação não é com a qualidade técnica de pesquisas específicas, mas com uma tendência que merece atenção cuidadosa: a transformação da etnografia de encontro reflexivo com a alteridade em ferramenta eficiente para validar categorias predefinidas sobre “necessidades dos ‘usuários’”.

Tensões produtivas: examinando encontros não-instrumentais

Reconhecer diferentes modalidades de aproximação entre design e etnografia não implica hierarquizá-las, mas nos permite examinar com maior cuidado experiências onde estes campos se encontram de formas que geram tensões produtivas e possibilidades não antecipadas.

O campo emergente do Design e Antropologia oferece exemplos inspiradores de tais encontros. A própria tradução do termo “*Design Anthropology*” ilustra a riqueza destas articulações: optamos por “Design e Antropologia” (ao invés de “Antropologia do Design”) para preservar seu caráter híbrido e colaborativo. Como argumenta Clarke (2018, p. 7), este campo “não é simplesmente a aplicação de métodos antropológicos ao estudo do design, nem é apenas o uso de insights antropológicos para informar a prática do design. É, antes, um campo híbrido emergente que desafia as fronteiras disciplinares tradicionais”. Esta dificuldade de encontrar uma tradução que não hierarquize os campos exemplifica como encontros genuínos entre diferentes formas de conhecer resistem a resoluções técnicas simples.

No contexto brasileiro, iniciativas como o Laboratório de Design e Antropologia da ESDI/UERJ (LADA) e o Núcleo de Pesquisas Narrativas em Inovação, Design e Antropologia da UFMA (NIDA) exemplificam formas criativas de habitar tensões entre campos. Ao invés de resolvê-las através de sínteses artificiais, estas experiências cultivam a produtividade das tensões, permitindo que emergjam questões e possibilidades ao longo do processo.

As práticas desenvolvidas pelo LADA exemplificam esta abordagem reflexiva. Como documenta Anastassakis (2024, p. 39), o laboratório desenvolveu experiências de “design sem projetar”, priorizando experimentação ao invés de “apresentar soluções ou propor inovações”.

Esta postura demonstra como encontros genuínos entre design e antropologia podem gerar questões que não pertencem inteiramente a nenhum dos campos, mas emergem especificamente de suas articulações produtivas. O benefício desta abordagem no contexto em que se insere manifesta-se no cultivo de “habilidades de notar e responder” que rompe barreiras entre o estúdio de design e o mundo vivido, desenvolvendo nos estudantes a capacidade de estar em situações de forma participativa e atenta ao presente. Ao invés de reproduzir lógicas projetuais convencionais, esta prática investiga “outros modos de fazer design” comprometidos com o território e resistentes às forças monoculturais que marcam a epistemologia moderna ocidental (Anastassakis, 2024, p. 35).

Similarmente, o trabalho dos *Iconoclasistas*² documentado por Mesquita³ (2012), revela como visualizações podem emergir de processos em que “mapas produzem, e mesmo precedem, o território”. Suas “paisagens reveladoras” não representam territórios preexistentes, mas constituem novas formas de vê-los e habitá-los que emergem de encontros específicos entre pessoas com diferentes formas de conhecer a cidade.

É revelador reconhecer que o próprio *Manual de Mapeo Colectivo dos Iconoclasistas* exemplifica tensões produtivas que merecem nossa atenção. Embora o manual (Risler & Ares, 2013, p. 8) explicita que não há uma única forma de usá-lo e encoraje experimentação e adaptação local, ele também oferece procedimentos sistematizados, iconografias e orientações estruturadas. Esta aparente contradição na verdade exemplifica a complexidade rica que nossa análise busca tornar visível.

Os *Iconoclasistas* habitam esta tensão de forma reflexiva ao caracterizar seu manual como “*punto de partida disponible para ser retomado por otros y otras*” e ao enfatizar que “*el mapeo es un medio, no un fin*” (Risler & Ares, 2013, p. 7). Sua prática demonstra como a sistematização de recursos pode coexistir produtivamente com abertura à alteridade quando os criadores mantêm uma postura não-autoritativa sobre como suas ferramentas devem ser utilizadas. A diferença crucial está em oferecer recursos como possibilidades ao invés de prescrições, reconhecendo que cada contexto revelará formas imprevistas de apropriação e transformação.

² Os *Iconoclasistas* (<https://iconoclasistas.net/>) são um coletivo fundado em Buenos Aires em 2006 que desenvolve recursos cartográficos críticos para processos territoriais de criação colaborativa. O grupo já realizou oficinas em países como Argentina, México, Colômbia, Uruguai e Portugal. Seu *Manual de Mapeo Colectivo* (<https://iconoclasistas.net/4322-2/>) sistematiza experiências práticas, conceituando o mapeamento coletivo como “um processo de criação que subverte o lugar de enunciação para desafiar os relatos dominantes sobre os territórios” (Risler & Ares, 2013, p.12, tradução livre). Sua metodologia combina dispositivos gráficos e visuais com dinâmicas lúdicas para promover espaços de socialização e debate que questionam representações hegemônicas.

³ André Mesquita é pesquisador em arte contemporânea, ativismo e práticas cartográficas críticas. Em seu artigo “Sobre mapas e segredos abertos” (2012), desenvolve o conceito de “contracartografias” para analisar práticas colaborativas de mapeamento realizadas por coletivos. Para ele, essas práticas são formas de conhecimento que seguem o princípio de que mapas produzem, e mesmo precedem, o território, sendo distribuídos livremente e constantemente ressignificados, expressam dissenso e crítica. Sua contribuição teórica situa os *Iconoclasistas* dentro de um movimento mais amplo de resistência aos modos convencionais de representação territorial.

Esta tensão nos oferece uma reflexão valiosa: mesmo análises que buscam maior reflexividade podem inadvertidamente reproduzir lógicas que questionam quando tentam sistematizar “alternativas”. A contribuição dos *Iconoclastas* está em demonstrar como é possível habitar esta tensão de forma produtiva, oferecendo recursos sem fechar possibilidades de reinvenção.

Examinando transformações na prática: três modalidades de encontro

Nossa reflexão sobre tensões entre instrumentalização e reflexividade revelou diferentes modalidades de encontro que se mostraram úteis para compreender como estas tensões operam, sem presumir que estas modalidades esgotem a complexidade do fenômeno ou que se apliquem uniformemente a todas as situações.

É importante reconhecer que esta organização em “modalidades” corre o risco de reproduzir uma lógica analítica sistemática que pode contradizer nossa própria crítica à instrumentalização. Habitamos esta contradição como tensão produtiva ao invés de tentar resolvê-la, reconhecendo que qualquer análise crítica opera através de categorias que podem inadvertidamente reproduzir aspectos daquilo que critica.

Dimensão epistemológica: explorando diferentes formas de construir conhecimento

A primeira modalidade refere-se a transformações que ocorrem quando técnicas etnográficas são adaptadas para responder a demandas de cronogramas e resultados específicos do design. Estas adaptações, embora pragmaticamente compreensíveis, podem desconectar técnicas de seus fundamentos teóricos de formas que merecem exame.

Primeiro, observa-se uma **adaptação temporal significativa** em resposta aos cronogramas típicos de projetos de design. Salvador et al. (1999), pesquisadores da Intel Corporation, contribuíram significativamente para a difusão de técnicas etnográficas no contexto do design comercial, apresentando frameworks que permitem compreender “usuários” e seus contextos sem exigir os longos períodos tradicionalmente associados à etnografia acadêmica. Expandindo esta abordagem, Millen (2000) formalizou o conceito de “etnografia rápida” (*rapid ethnography*), propondo “estratégias de aprofundamento do tempo” que incluem delimitação estreita do campo de pesquisa, uso de múltiplos observadores simultâneos, e métodos colaborativos de captura e análise de dados.

Complementando estas contribuições, Handwerker (2001) desenvolveu sua versão de “etnografia rápida” (*quick ethnography*) como metodologia sistematizada para contextos de tempo limitado, enfatizando triangulação metodológica, foco em redes sociais e informantes-chave, coleta intensiva de dados e análise iterativa durante o trabalho de campo. Embora compreensíveis do ponto de vista pragmático, estas compressões temporais podem limitar o acesso a significados culturais que emergem através da convivência prolongada. Como alertam Pink e Morgan (2013), estes métodos podem ter valor significativo quando fundamentados em

sólido conhecimento teórico e quando enfatizam a intensidade das interações, mas seu uso responsável exige reconhecimento explícito de suas limitações epistemológicas e da natureza situada e parcial do conhecimento que produzem.

O segundo aspecto envolve uma **seleção instrumental de técnicas etnográficas**. As práticas de design privilegiam métodos que geram dados visualizáveis e acionáveis dentro de cronogramas de projeto, como observações estruturadas e entrevistas direcionadas. Esta seletividade, embora atenda às demandas pragmáticas do design, pode marginalizar aspectos essenciais da etnografia: contradições que revelam tensões sociais importantes, ambiguidades narrativas que apontam para complexidades não-resolvidas, e reconfigurações conceituais que questionam as próprias categorias através das quais problemas são formulados. A documentação visual e técnicas participativas rápidas oferecem contribuições significativas, mas sua efetividade depende criticamente de serem complementadas por compreensões mais profundas dos contextos estudados — feito de rara ocorrência em práticas instrumentalizadas.

Por fim, identifica-se uma **simplificação dos contextos sociais complexos**, onde práticas são frequentemente isoladas de dimensões históricas, políticas e econômicas que lhes conferem significado. A etnografia antropológica desenvolveu sensibilidade particular para estas dimensões, compreendendo que comportamentos aparentemente individuais são constituídos e constrangidos por sistemas sociais mais amplos. A etnografia instrumentalizada no design frequentemente despolitiza os fenômenos observados, tratando-os como escolhas individuais descontextualizadas. Reconhecer estas dimensões contextuais não apenas enriquece a compreensão, mas pode ser essencial para evitar soluções que abordem apenas sintomas superficiais de questões estruturalmente enraizadas.

Estas adaptações instrumentais são compreensíveis diante das exigências práticas do design, e seria irreal esperar que projetos adotem integralmente os métodos e temporalidades da etnografia antropológica tradicional. Porém, o reconhecimento consciente destas limitações e seus desdobramentos epistemológicos por si só já pode contribuir para um uso mais responsável e efetivo da combinação “etnografia e design”. O desafio não é escolher entre pureza metodológica ou pragmatismo absoluto, mas desenvolver abordagens que preservem a sensibilidade etnográfica enquanto respondem aos contextos específicos do design.

Dimensão ontológica: repensando a categoria “usuário”

A modalidade refere-se a pressupostos sobre quem são as pessoas para quem projetamos que se materializam na categoria aparentemente neutra do “usuário”. Esta construção conceitual, embora pragmática, oferece oportunidades para reflexão sobre como designers compreendem e representam pessoas nos processos de visualização de informação.

Hale (2018) oferece uma perspectiva valiosa sobre esta categorização. O termo “usuário” privilegia um tipo específico de relação — a de uso — sobre outras formas de engajamento e interação. Esta categorização carrega pressupostos que influenciam como concebemos o

design e seu papel social e, argumentamos, reconhecer estes pressupostos pode abrir possibilidades enriquecedoras.

Esta configuração ontológica opera em múltiplos níveis, cada um oferecendo oportunidades para o design da informação. Primeiro, observa-se um **individualismo metodológico** onde a categoria “usuário” geralmente pressupõe indivíduos abstraídos de suas redes sociais, culturais e históricas. Esta abstração revela uma oportunidade: reconhecer que contextos coletivos de interpretação são frequentemente determinantes para a eficácia comunicacional. Uma visualização de dados epidemiológicos, por exemplo, será interpretada diferentemente por comunidades com distintas experiências históricas com sistemas de saúde. Ao reconhecermos que pessoas interpretam informações dentro de esquemas socioculturais complexos, podemos desenvolver sistemas visuais que considerem e valorizem estes contextos.

O segundo nível revela como o “usuário” é frequentemente concebido como receptor que “consome” visualizações, quando na verdade pessoas estabelecem **relações multidimensionais** com artefatos informacionais. Essas relações incluem dimensões simbólicas (significados culturais), afetivas (emoções e memórias), estéticas (experiências sensoriais) e políticas (potencial de empoderamento). Quando o design da informação reconhece essa complexidade, pode criar visualizações que transcendem a mera eficiência operacional para se tornarem culturalmente significativas.

Terceiro, a **assimetria designer-“usuário”** estabelece uma divisão entre aqueles que criam (ativos) e aqueles que usam (passivos), quando na verdade pessoas redesenham, reinterpretam e transformam ativamente os artefatos com os quais interagem. No design da informação, reconhecer esta criatividade interpretativa pode revelar como diferentes comunidades geram leituras válidas, mas distintas, dos mesmos dados visualizados. Abordagens mais colaborativas reconhecem que a interpretação é um ato criativo, não meramente receptivo.

Quando reconhecemos as pessoas em sua complexidade sociocultural, criamos visualizações que respondem a diversos modos de engajamento informacional. Isso não abandona a usabilidade, mas expande nossa concepção de efetividade: além da transmissão eficiente de dados, buscamos criar espaços interpretativos que valorizem múltiplas formas de conhecer e significar.

Dimensão ético-política: explorando poder na representação

A terceira modalidade examina como as transformações epistemológicas e ontológicas convergem em questões sobre representação e visualização de informações. Esta modalidade revela tanto desafios quanto possibilidades quando abordada através de práticas reflexivas.

Como Herzfeld (2001), quando a etnografia é instrumentalizada sem reflexão crítica, pode naturalizar categorias contingentes e invisibilizar relações de poder. Contudo, quando abordada de forma crítica, pode questionar precisamente estas naturalizações.

No design da informação, esta dimensão manifesta-se em três aspectos que oferecem tanto desafios quanto oportunidades. Primeiro, **convenções representacionais específicas** — sistemas cartesianos, hierarquias visuais baseadas em convenções de leitura ocidental, pressupostos sobre “clareza” visual — são frequentemente apresentadas como universais quando refletem tradições culturalmente situadas. Reconhecer estas convenções como escolhas culturais específicas abre possibilidades para explorar formas alternativas de representação mais significativas para diferentes contextos e audiências.

O segundo aspecto refere-se a **dinâmicas de extração sem reciprocidade**, onde comunidades servem como fontes de dados sem ter voz sobre como suas informações são representadas ou acesso aos benefícios das visualizações resultantes. Esta dinâmica pode ser transformada: práticas colaborativas podem garantir que visualizações sobre comunidades específicas sejam também acessíveis e relevantes para as próprias comunidades representadas, criando formas de reciprocidade informacional e justiça representacional.

Terceiro, **pressupostos sobre capacidades interpretativas** podem limitar artificialmente a complexidade de visualizações sob o pretexto de “usabilidade universal”. Pesquisas etnográficas revelam frequentemente que comunidades possuem sistemas sofisticados de conhecimento organizados por lógicas próprias, sugerindo que audiências são capazes de compreender representações mais complexas e matizadas quando estas fazem sentido dentro de seus contextos específicos.

Contudo, esta dimensão ético-política também revela possibilidades quando abordada através de práticas colaborativas. O projeto *Native Land Digital*⁴ exemplifica como plataformas podem fundamentar-se em concepções indígenas, com fronteiras fluidas e sobrepostas que refletem relações históricas e culturais complexas. Similarmente, o trabalho de Annita Lucchesi (2018) documenta tradições cartográficas indígenas, revelando a riqueza de mapas tridimensionais Inuit, navegação polinésia e mapas Cheyenne. Junto a iniciativas como o *Indigenous Mapping Collective* — IMC⁵, estes exemplos demonstram como práticas sensíveis às epistemologias indígenas podem contribuir para representações visuais mais equitativas e processos de autodeterminação cultural.

⁴ *Native Land Digital* (<https://native-land.ca/>) é uma organização indígena sem fins lucrativos, liderada por indígenas, que mapeia territórios, línguas e tratados nativos. A plataforma foi criada para ajudar pessoas a se conscientizarem sobre os territórios indígenas onde vivem e promover o respeito pelas comunidades nativas e suas histórias.

⁵ O *Indigenous Mapping Collective* — IMC (<https://www.indigenousmaps.com/>) é uma rede global de profissionais indígenas fundada em 2014 no Canadá que se expandiu para Austrália, Nova Zelândia, África do Sul e atualmente conta com mais de dois mil membros de mais de quarenta e quatro países. O coletivo trabalha para fortalecer a soberania de dados geoespaciais indígenas através de treinamento, recursos e apoio técnico, permitindo que comunidades documentem e protejam seu conhecimento territorial tradicional através de workshops presenciais e uma plataforma virtual lançada em 2020.

Reconhecendo limitações como oportunidades

É fundamental reconhecer que esta análise das três modalidades também possui limitações que merecem atenção reflexiva. Nossa compreensão emerge de uma posição específica — pesquisadores brasileiros engajados com literatura sobre design e antropologia — e pode não capturar adequadamente como estas tensões se manifestam em outros contextos culturais ou institucionais.

Nossa análise pode inadvertidamente sugerir distinções muito categóricas entre práticas “instrumentais” e “reflexivas” que não correspondem à complexidade das experiências reais. A própria organização de nossa reflexão em “modalidades” pode sugerir uma compreensão mais sistemática e controlada de fenômenos que resistem a tal sistematização.

Habitamos estas limitações como tensões produtivas ao invés de problemas a serem resolvidos, reconhecendo que elas revelam algo fundamental sobre a natureza do conhecimento que emerge do encontro com a alteridade: ele resiste à formalização em categorias definitivas precisamente porque sua força está em questionar as próprias categorias através das quais tentamos compreendê-lo.

3 Quando a alteridade se torna constitutiva: compreendendo transformações na prática

Para compreender como a abordagem etnográfica e o design da informação podem melhor dialogar, precisamos antes entender um conceito fundamental que frequentemente passa despercebido: a diferença entre reconhecer a alteridade como um “fator a ser considerado” versus reconhecê-la como constitutiva de qualquer situação de design. Esta distinção, embora possa parecer sutil, revela possibilidades transformadoras na prática que merecem nossa atenção cuidadosa.

Quando tratamos a alteridade como “fator a ser considerado”, mantemos uma lógica onde existe um processo de design “padrão” ao qual adicionamos considerações sobre diversidade cultural. É como se tivéssemos uma base estabelecida para criar visualizações e ocasionalmente ajustássemos elementos para diferentes “públicos-alvo”. Esta abordagem, embora bem-intencionada, preserva uma estrutura fundamental onde designers mantêm controle sobre categorias, processos e objetivos, fazendo adaptações para acomodar diferenças.

Em contraste, reconhecer a alteridade como constitutiva significa compreender que a própria presença do “outro” — com suas formas específicas de conhecer, interpretar e se relacionar com informações — revela possibilidades de design que simplesmente não existiam antes destes encontros específicos ocorrerem. Não se trata apenas de adaptar processos existentes, mas de descobrir que diferentes formas de compreender o mundo abrem caminhos completamente novos para representar e visualizar informações.

Para tornar esta distinção mais concreta, consideremos a diferença entre traduzir um texto preservando sua estrutura gramatical versus permitir que o processo de tradução revele formas de organizar ideias que não existem na língua original. No primeiro caso, mantemos controle sobre a estrutura fundamental e fazemos substituições vocabulares. No segundo, descobrimos que diferentes línguas não apenas usam palavras diferentes, mas organizam pensamentos de maneiras que podem expandir possibilidades expressivas e enriquecer nossa própria compreensão.

Aprendendo com experiências de confluência: o caso das contracartografias

As práticas desenvolvidas pelos *Iconoclastas* oferecem um exemplo particularmente rico para compreender como esta transformação constitutiva opera na prática. Para compreender adequadamente seu trabalho, é útil primeiro situá-lo historicamente e entender por que representa uma abordagem inovadora para visualização de informações urbanas.

Tradicionalmente, mapas urbanos são criados por técnicos especializados usando dados coletados através de censos, sistemas de informação geográfica, e outras ferramentas que privilegiam informações quantificáveis e padronizáveis. Estes mapas representam a cidade através de categorias predefinidas — uso do solo, densidade populacional, infraestrutura — que refletem as necessidades de planejadores urbanos e gestores públicos. Moradores aparecem nestes mapas como dados demográficos agregados, não como pessoas com formas específicas de conhecer e habitar seus territórios.

O trabalho dos *Iconoclastas* oferece uma abordagem diferente. Suas “paisagens reveladoras” não começam com categorias predefinidas sobre o que é importante mapear, nem com objetivos pré-estabelecidos sobre que tipo de informação deve ser comunicada. Ao invés disso, elas emergem de encontros específicos onde moradores, ativistas, e facilitadores descobrem juntos conexões que não eram evidentes para nenhum dos participantes individualmente.

Este processo revela como diferentes formas de conhecer a cidade podem gerar representações visuais que simplesmente não existiam enquanto operávamos segundo pressupostos convencionais sobre mapeamento urbano. As visualizações resultantes não são “melhores” ou “piores” que mapas técnicos tradicionais, mas revelam aspectos da experiência urbana que permanecem invisíveis em representações padronizadas.

Compreendendo as tensões constitutivas

Para aprofundar nossa compreensão de como a alteridade se torna constitutiva, é importante examinar as tensões específicas que emergem quando designers genuinamente se abrem para diferentes formas de conhecer. Estas tensões não são problemas a serem resolvidos, mas dimensões produtivas de qualquer prática que reconheça a alteridade como fonte de possibilidades não antecipadas.

A primeira tensão que merece atenção refere-se às temporalidades. Processos onde a alteridade é constitutiva demandam formas de tempo que frequentemente diferem dos cronogramas convencionais de projeto. É importante compreender que esta não é simplesmente uma questão logística de “precisar de mais tempo”, mas uma diferença entre lógicas temporais fundamentalmente distintas.

A temporalidade do design, especialmente em contextos comerciais, é organizada em torno de marcos específicos — briefings iniciais, fases de pesquisa delimitadas, períodos de conceituação, prototipagem, testes e implementação. Esta temporalidade pressupõe que problemas podem ser definidos no início do processo e que soluções emergem através da aplicação sistemática de competências especializadas.

Em contraste, a temporalidade do reconhecimento etnográfico da alteridade é emergente e imprevisível. Compreensões significativas sobre diferentes formas de conhecer frequentemente surgem através de conversas aparentemente casuais, observações de práticas cotidianas, ou reflexões que ocorrem dias depois de encontros específicos. Mais importante ainda, o próprio processo de reconhecer alteridade transforma as questões sendo investigadas.

Esta tensão temporal revela algo fundamental sobre a natureza do conhecimento etnográfico: conhecer o “outro” não é simplesmente coletar informações sobre suas práticas e perspectivas, mas permitir que o encontro com diferença transforme nossa própria compreensão do que está sendo investigado. Este tipo de transformação emerge de formas específicas de atenção e abertura que se desenvolvem através da convivência.

A segunda tensão é representacional. Quando pessoas genuinamente participam da definição de como suas realidades são representadas, frequentemente emergem formas visuais que expandem convenções sobre o que constitui “boa informação”. Esta tensão merece atenção porque revela pressupostos sobre autoridade representacional que frequentemente permanecem invisíveis.

Consideremos o exemplo da plataforma *Native Land Digital*. Territórios indígenas são representados com fronteiras fluidas e sobrepostas que, segundo convenções cartográficas ocidentais, poderiam ser consideradas “imprecisas”. Um mesmo lugar aparece como significativo para diferentes grupos indígenas por razões completamente distintas — rotas migratórias ancestrais, sítios sagrados, áreas de coleta tradicional, fronteiras de tratados coloniais.

Segundo lógicas convencionais de design da informação, estas “sobreposições” poderiam ser “resolvidas” através de camadas de informação que permitem ativar ou desativar diferentes perspectivas, ou através de sínteses que integram informações numa representação unificada. Contudo, tais “soluções” eliminariam precisamente o que torna esta plataforma significativa: o reconhecimento de que diferentes grupos não estão simplesmente interpretando os mesmos dados de maneiras distintas, mas que suas perspectivas revelam aspectos genuinamente diferentes da realidade territorial.

A complexidade visual resultante — com fronteiras que se sobrepõem e significados que não se reduzem a categorias mutuamente exclusivas — não é uma limitação de design, mas uma representação mais fiel da complexidade real das relações territoriais. Mais importante ainda, esta complexidade visual constitui uma forma de valorização de lógicas territoriais que insistem em reconhecer territórios indígenas segundo suas próprias concepções espaciais.

Aprendizagens sem prescrições: o que emerge da atenção etnográfica

As experiências examinadas — das contracartografias dos *Iconoclastas* aos territórios fluidos do *Native Land Digital* — não oferecem modelos replicáveis para outros contextos. Cada uma emergiu de encontros específicos entre pessoas com histórias particulares, necessidades concretas, e formas situadas de conhecer o mundo. Tentar replicar suas formas específicas reproduziria precisamente a lógica instrumental que estas experiências transcendem.

Contudo, estas experiências compartilham algo que merece nossa atenção: uma forma específica de atenção que Peirano (2014, p. 378) identifica como “instinto etnográfico”. Esta atenção não constitui um método aplicável, mas uma sensibilidade desenvolvida através da prática reflexiva que permite detectar momentos quando pressupostos aparentemente naturais se revelam como culturalmente específicos.

No contexto do design da informação, esta atenção etnográfica manifesta-se através de uma disposição para questionar categorias que parecem óbvias. Por que organizamos informações temporalmente ao invés de espacialmente? Por que privilegiamos precisão quantitativa sobre relevância relacional? Por que assumimos que eficiência comunicacional é mais importante que inclusão de perspectivas diversas? Por que tratamos interpretações múltiplas como desafios ao invés de oportunidades?

Estas questões não têm respostas universais, mas sua formulação abre espaços para descobrir possibilidades de design que não eram evidentes enquanto operávamos segundo pressupostos não-examinados. Mais importante ainda, elas transformam designers de especialistas que aplicam competências técnicas em mediadores culturais que facilitam encontros entre diferentes formas de conhecer.

Esta transformação é simultaneamente modesta e significativa. Modesta porque não oferece soluções técnicas para questões complexas, nem promete eficiências metodológicas que tornem o design mais rápido ou econômico. Significativa porque questiona a própria distribuição de autoridade sobre quem define problemas, quais formas de conhecimento são consideradas legítimas, e como diferenças podem ser abordadas construtivamente.

As experiências examinadas demonstram que quando a alteridade é genuinamente reconhecida como constitutiva, o design da informação se transforma de prática técnica em mediação cultural colaborativa. O que emerge não são modelos replicáveis, mas uma sensibilidade que questiona pressupostos aparentemente naturais e abre possibilidades de design antes inexistentes.

Para designers comprometidos com relevância cultural, a questão central torna-se desenvolver atenção para reconhecer quando nossos pressupostos podem limitar possibilidades de encontro com a diferença — transformando a prática cotidiana numa oportunidade contínua de aprender com formas de conhecer que expandem nosso entendimento sobre comunicar e representar experiências humanas através de linguagens visuais.

Esta transformação não substitui competências técnicas existentes, mas as enriquece através da incorporação de sensibilidades que permitem que visualizações se tornem espaços de diálogo intercultural ao invés de simplesmente ferramentas de transmissão de informação.

4 Conclusão

Como contribuição para o debate contemporâneo, este artigo explora como a abordagem etnográfica pode enriquecer o design da informação através do reconhecimento da alteridade como dimensão constitutiva desta prática. Mais do que propor ajustes metodológicos, identificamos uma oportunidade transformadora na concepção do design informacional: expandir a compreensão de visualizações como transmissão de mensagens para incluir sua função como mediação cultural que valoriza a diversidade de modos interpretativos.

Nossa análise revelou como diferentes modalidades de encontro entre etnografia e design geram distintos tipos de conhecimento e possibilidades projetuais. Experiências como as que tratamos aqui exemplificam que quando a alteridade é reconhecida como constitutiva, emergem formas de representação que não eram evidentes enquanto operávamos segundo pressupostos não-examinados.

As três modalidades analisadas — epistemológica, ontológica e ético-política — ofereceram lentes para compreender como estas tensões operam, sem presumir que esgotem a complexidade do fenômeno. Ao invés de prescrever soluções definitivas, este artigo examinou como certas experiências habitam tensões entre diferentes formas de conhecer, revelando possibilidades que emergem especificamente de suas articulações.

A pergunta inicial — como criar visualizações que realmente “façam sentido” para pessoas com backgrounds diversos — permanece produtivamente aberta. Nossa contribuição está em tornar visível que esta pergunta envolve encontros entre diferentes formas de conhecer que resistem a resoluções técnicas simples.

Para o campo da visualização da informação, onde convenções representacionais frequentemente refletem perspectivas culturais específicas sem reconhecê-las como tal, esta reflexão sugere que toda visualização de dados é um ato de tradução cultural que envolve escolhas sobre representação, autoridade e diferença. Reconhecer isto explicitamente não resolve as complexidades envolvidas, mas pode abrir espaços para que visualizações se

tornem menos instrumentos de transmissão e mais espaços de encontro entre diferentes formas de interpretar o mundo.

Esta reflexão reconhece que habitar tensões produtivas ao invés de buscar resolvê-las pode revelar possibilidades transformadoras para práticas de design comprometidas com a diversidade de formas humanas de conhecer, representar e significar informações. O desafio que permanece é desenvolver sensibilidades que permitam reconhecer quando nossos pressupostos limitam encontros genuínos com a alteridade — transformando cada projeto de visualização numa oportunidade de aprender com formas de conhecimento que expandem nossa compreensão sobre comunicação visual e representação cultural.

Agradecimentos

Os autores agradecem às iniciativas e coletivos cujas práticas inspiraram esta reflexão, especialmente aqueles que generosamente compartilham seus saberes e experiências. Agradecemos também aos colegas que contribuíram com discussões e questionamentos que enriqueceram nossa compreensão das tensões aqui exploradas.

Referências

- Anastassakis, Z. (2024). Design sem projetar: experimentos em design e antropologia. *Estudos em Design*, 32(1), 35-52.
- Clarke, A. J. (2018). Design anthropology as interdisciplinary engagement. In A. J. Clarke (Ed.), *Design anthropology: Object culture in transition* (pp. 1-15). Bloomsbury Academic.
- Hale, T. (2018). People are not users. *Journal of Business Anthropology*, 7(2), 163-183.
<https://doi.org/10.22439/jba.v7i2.5601>
- Handwerker, W. P. (2001). *Quick ethnography: A guide to rapid multi-method research*. AltaMira Press.
- Herzfeld, M. (2001). *Anthropology: Theoretical practice in culture and society*. Blackwell Publishers.
- Lucchesi, A. H. (2018). "Indians don't make maps": Indigenous cartographic traditions and innovations. *American Indian Culture and Research Journal*, 42(3), 11-33.
- Mesquita, A. (2012). Sobre mapas e segredos abertos. *Concinnitas*, 2(21), 115-128.
- Millen, D. R. (2000). Rapid ethnography: Time deepening strategies for HCI field research. In *Proceedings of the 3rd Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques* (pp. 280-286). ACM Press.
<https://doi.org/10.1145/347642.347763>
- Passos, S. G., Sousa, Á., Valoto, A., Pereira, D., & Nickel, E. M. (2025). Antropologia, design e alteridade: (algumas) relações e implicações metodológicas. In *Proceeding do 10º ETD — Congresso Internacional Ergotrip Design: Design, Ergonomia e Interação Humano Computador. Artigos Completos* (pp. 927-936). Universidade de Aveiro. Disponível em:

<https://ria.ua.pt/handle/10773/44002>

Passos, S. G., & Russo, J. P. M. (no prelo). Descolonizando visualizações: a antropologia como crítica ao universalismo no design da informação. *Iluminuras*, 26(71).

Peirano, M. (2014). Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos*, 20(42), 377-391.

<https://doi.org/10.1590/s0104-71832014000200015>

Pink, S., & Morgan, J. (2013). Short-term ethnography: Intense routes to knowing. *Symbolic Interaction*, 36(3), 351-361. <https://doi.org/10.1002/symb.66>

Risler, J., & Ares, P. (2013). *Manual de mapeo colectivo: recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa*. Tinta Limón. Disponível em:

<https://iconoclasistas.net/4322-2/>. Acesso em: 14 jun. 2025.

Salvador, T., Bell, G., & Anderson, K. (1999). Design ethnography. *Design Management Journal*, 10(4), 35-41. <https://doi.org/10.1111/j.1948-7169.1999.tb00274.x>

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Sheila G. Passos, Dout. em Design, UDESC, Brasil <sheila.passos@edu.udesc.br>

João Pedro M. Russo, Me. em Antropologia, UFPR, Brasil <joaopedrorusso22@gmail.com>

Elton M. Nickel, Dr. em Engenharia de Produção, UDESC, Brasil <elton.nickel@udesc.br>