

Descolonizando visualizações: a antropologia como crítica ao universalismo no design da informação

Decolonizing Visualizations: Anthropology as a Critique of Universalism in Information Design

Sheila Gouveia dos Passos

Universidade Estadual de Santa Catarina

Santa Catarina, Brasil

sheila.passos@edu.udesc.br

<https://orcid.org/0000-0002-1028-8832>

João Pedro Minto Russo

Universidade Federal do Paraná

Paraná, Brasil

joaopedrorusso22@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8121-2691>

Recebido em: 05 de maio de 2025

Aceito em: 08 de junho de 2025

Resumo

Este artigo explora a interseção entre antropologia e design da informação como um território fértil para traduzir saberes etnográficos em linguagens acessíveis além da academia. Identificamos que a instrumentalização da etnografia no design constitui simultaneamente um desafio metodológico e uma oportunidade singular para repensar práticas de visualização. Objetivamos demonstrar como princípios antropológicos fundamentais (alteridade, relativismo, crítica ao universalismo) podem ser operacionalizados em formas visuais que desafiam convenções hegemônicas. Analisamos criticamente as dimensões epistemológica, ontológica e ético-política dessa relação, examinando casos como plataformas de mapeamento indígena e visualizações educacionais participativas. Os resultados apontam para um design informacional que reconhece a diversidade de modos de conhecer, representar e interpretar informações, em contraponto à naturalização de perspectivas ocidentais como universais. Concluimos que esta abordagem transforma o design em laboratório para uma antropologia pública e indisciplinada, capaz de reimaginar tanto visualizações específicas quanto a própria produção e circulação de conhecimento em contextos culturalmente diversos.

Palavras-chave: Design da Informação; Antropologia Aplicada; Etnografia; Visualização de Dados; Decolonialidade.

Abstract

This article explores the intersection between anthropology and information design as a fertile territory for translating ethnographic knowledge into accessible languages beyond academia. We identify that the instrumentalization of ethnography in design constitutes both a methodological challenge and a unique opportunity to rethink visualization practices. We aim to demonstrate how fundamental anthropological principles (alterity, relativism, critique of universalism) can be operationalized in visual forms that challenge hegemonic conventions. We critically analyze the epistemological, ontological, and ethical-political dimensions of this relationship, examining cases such as indigenous mapping platforms and participatory educational visualizations. The results point to an informational design that recognizes the diversity of ways of knowing, representing, and interpreting information, countering the naturalization of Western perspectives as universal. We conclude that this approach transforms design into a laboratory for a public and undisciplined anthropology, capable of reimagining both specific visualizations and the very production and circulation of knowledge in culturally diverse contexts.

Keywords: Information Design; Applied Anthropology; Ethnography; Data Visualization; Decoloniality

Introdução

A interseção entre antropologia e design surge como um território fértil para traduzir saberes etnográficos em linguagens acessíveis além da academia, enfrentando um desafio central: como criar visualizações e interfaces que não apenas funcionem, mas ressoem em contextos culturais diversos. Enquanto o design lida com a materialidade da comunicação, a antropologia oferece a lente para decifrar como códigos visuais são interpretados de formas radicalmente distintas — seja por diferenças culturais (símbolos, cores, hierarquias visuais), linguísticas (direção de leitura, categorização) ou cognitivas (neurodiversidade, experiências tecnológicas, educação).

Este diálogo, que Bezaitis e Robinson (2018, p. 54) caracterizam pela metáfora dos “imigrantes disciplinares”, tem atraído profissionais de origens acadêmicas diversas — desde antropólogos e psicólogos até historiadores e filósofos — unidos pela possibilidade de um “futuro diferente” e pelo potencial de “mudar o mundo” ao aplicar suas perspectivas em novos contextos. Como afirmam os autores, esses profissionais “mantêm valores de suas disciplinas de origem enquanto exploram novas oportunidades, movidos por um desejo comum de transformação e pela crença de que é possível alterar as regras do jogo”. Assim, formam um campo pluralista que transformou profundamente o mundo do design.

A urgência deste diálogo se manifesta em um mundo onde infográficos, aplicativos e sistemas de sinalização circulam globalmente, mas frequentemente carregam vieses ocidentais urbanizados, tomando como “universal” o que é, na verdade, local. Propostas de design que ignoram essa complexidade — como interfaces que pressupõem familiaridade com ícones abstratos ou hierarquias lineares — excluem não apenas culturas não-hegemônicas, mas também crianças, idosos e pessoas com percepções sensoriais diversas. A consequência é a invisibilização de saberes e a reprodução de assimetrias, mesmo em projetos com pretensões inclusivas.

A antropologia tem o potencial de contribuir para uma prática do design mais bem informada e ética ao transcender a aplicação instrumental da etnografia como mera técnica de coleta de dados voltada à “produção de insights”. Em vez de reduzir o saber etnográfico a uma “caixa de ferramentas”, propõe-se integrar sua perspectiva holística, que valoriza contextos interpretativos, epistemologias locais e a crítica às estruturas de poder naturalizadas no design. Essa abordagem permite repensar convenções visuais

hegemônicas — como hierarquias rígidas ou cronologias lineares — e substituí-las por soluções culturalmente situadas.

Um dos caminhos é o design como tradução cultural, no qual a antropologia orienta a criação de metáforas visuais que ressoam em múltiplos contextos. Por exemplo, ícones ocidentais abstratos podem ser substituídos por elementos visualmente identificáveis em culturas não urbanas, enquanto sistemas de *wayfinding* podem incorporar noções indígenas de espaço-tempo, desafiando a lógica cartesiana dominante. Essa mediação não é apenas técnica, mas política: ao tornar visíveis outros modos de conhecer, desloca o eixo de autoridade sobre o que é considerado “intuitivo” ou “universal”.

O resultado é a publicização do saber antropológico por meio de interfaces acessíveis. Visualizações de dados que explicam rituais indígenas através de narrativas interativas ou plataformas que mapeiam conflitos territoriais com camadas de significados locais são exemplos de como o design pode transformar conceitos etnográficos em experiências palpáveis para o público geral. De tal modo, é um caminho pelo qual a antropologia pode ensejar maior presença no imaginário social, além de marcar sua posição em mais campos do debate público sem necessariamente abrir mão do rigor acadêmico.

O ensaio aqui proposto busca explorar e demonstrar essa sinergia através de casos práticos, mostrando como a etnografia pode: (1) desnaturalizar convenções do design; (2) propor alternativas centradas em experiências culturais específicas; e (3) criar pontes entre academia e demandas sociais, como educação inclusiva ou políticas públicas informadas interculturalmente.

Essa colaboração não implica em “simplificar” o conhecimento antropológico, mas sim em reimaginar suas formas de circulação. Infográficos, diagramas, mapas, sinalizações urbanas ou aplicativos deixam de ser apenas suportes técnicos e passam a atuar como artefatos culturais mediadores, ferramentas de democratização que enfrentam a marginalização de saberes. Ao unir antropologia e design, abre-se a possibilidade de ampliar significativamente o impacto social da(s) disciplina(s), convertendo-a(s) em um recurso público capaz de responder às urgências contemporâneas.

Crítica à instrumentalização da etnografia no design

A etnografia, como prática fundacional da antropologia, caracteriza-se fundamentalmente pela imersão prolongada do pesquisador em contextos socioculturais distintos dos seus, especialmente (mas não somente) pela observação participante, e pelo esforço sistemático de suspensão de pressupostos etnocêntricos. Mariza Peirano (2014) argumenta contra a redução da etnografia a um simples conjunto de técnicas de pesquisa, defendendo que ela constitui uma abordagem teórico-metodológica indissociável do próprio fazer antropológico. A autora demonstra como a etnografia representa uma forma específica de engajamento com a alteridade, onde teoria e empiria informam-se mutuamente em um processo aberto e transformador. Esta concepção evidencia a riqueza epistemológica, metodológica e ética da tradição etnográfica.

Essa complexidade e profundidade da etnografia contrasta profundamente com o modo como ela tem sido predominantemente apropriada no campo do design contemporâneo. O que testemunhamos nas últimas décadas não é apenas uma adaptação pragmática, mas o que poderíamos caracterizar como uma “domesticação” radical da etnografia: sua transformação em um conjunto padronizado de técnicas para coleta eficiente de dados sobre “usuários”, desconectada dos fundamentos teóricos, compromissos éticos e potenciais críticos que constituem seu valor como prática de conhecimento.

Como observam Bezaitis e Robinson (2018, p. 55-59), o campo vivenciou uma transição onde a etnografia passou a ser tratada muitas vezes como um produto gerador de insights, e não como uma prática reflexiva fundamentada. Essa instrumentalização reflete o que os autores identificam como uma tensão entre o valor imediato (resultados tangíveis) e valores fundamentais (princípios éticos e epistemológicos) que deveriam guiar tanto a pesquisa quanto sua aplicação em contextos de design.

Dimensão epistemológica: adaptações e implicações metodológicas

A prática do design contemporâneo com frequência instrumentaliza a etnografia, adaptando-a a seus contextos específicos em um processo que, embora compreensível a nível pragmático, frequentemente dissocia técnicas de pesquisa de sua matriz teórica e

metodológica original. Essa instrumentalização manifesta-se em três aspectos principais que merecem análise crítica, reconhecendo tanto as necessidades práticas quanto os riscos envolvidos.

Primeiro, observa-se uma adaptação temporal significativa em resposta aos cronogramas típicos de projetos de design. O termo “etnografia rápida” (*rapid ethnography*), introduzido por Millen (2000), trata de “uma coleção de estratégias de pesquisa de campo que buscam aumentar a eficiência das investigações etnográficas” em contextos onde os prazos tradicionais da pesquisa antropológica são impraticáveis. Paralelamente, Handwerker (2001) desenvolveu outra “etnografia rápida” (*quick ethnography*) como metodologia sistematizada para contextos de tempo limitado. Salvador, Bell e Anderson (1999) contribuíram para a difusão destas práticas no campo do design, respondendo à necessidade real de métodos viáveis dentro de restrições temporais e orçamentárias dos projetos comerciais.

A compressão temporal imposta pelo design não é apenas uma limitação operacional, mas um desafio epistemológico. Ela obriga a etnografia a adaptar-se a cronogramas curtos, o que compromete sua capacidade de apreender sentidos que emergem apenas da convivência prolongada. Pink e Morgan (2013) alertam que etnografias de curta duração só são efetivas quando fundamentadas em sólido referencial teórico, e mesmo assim, exigem reconhecimento explícito de suas limitações epistemológicas.

Nesse contexto, a crítica pode ser aprofundada a partir da distinção proposta por Tim Ingold (2017) entre etnografia e antropologia. Para o autor, etnografia é uma reconstrução retrospectiva: coleta, organiza e interpreta dados de experiências passadas. A antropologia, por outro lado, acontece no evento, como uma forma de conhecimento que se dá em correspondência com o mundo e com os outros. É um processo transformador, pois emerge da escuta sensível e da coexistência móvel. Participações que apenas simulam envolvimento — adaptando-se superficialmente aos contextos apenas para extrair dados — podem ser úteis ao design, mas não carregam o potencial transformador da prática antropológica. Reconhecer essa diferença é essencial para que a presença do pesquisador em campo não se reduza a mais uma técnica instrumental, destituída de implicações éticas e epistemológicas mais profundas. Como aponta Ingold, é essa dimensão de transformação mútua que diferencia a educação da instrução, e, analogamente, a antropologia da etnografia.

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. Essa seletividade, embora atenda às demandas pragmáticas do design, frequentemente marginaliza aspectos essenciais da etnografia: contradições, ambiguidades narrativas e reconfigurações conceituais emergentes. A documentação visual e as técnicas participativas rápidas oferecem contribuições para o processo do design, 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. Experiências mais críticas demonstram que reconhecer essas dimensões contextuais não apenas enriquece a compreensão, mas é essencial para evitar soluções que apenas abordem sintomas superficiais de questões estruturalmente enraizadas.

Essas adaptações instrumentais são compreensíveis diante das exigências práticas do design contemporâneo, e seria irreal esperar que projetos de design adotem integralmente os métodos e temporalidades da etnografia antropológica tradicional. Entretanto, o reconhecimento consciente destas limitações e seus desdobramentos epistemológicos é essencial para um uso mais responsável e efetivo da etnografia no design. O desafio não está em escolher entre pureza metodológica ou pragmatismo absoluto, mas em desenvolver abordagens que preservem elementos fundamentais da sensibilidade etnográfica enquanto respondem aos contextos específicos do design.

Dimensão ontológica: a construção do “usuário” como abstração funcionalista

Se a dimensão epistemológica trata de como conhecemos, a dimensão ontológica refere-se a quem ou o que estamos conhecendo. No centro da instrumentalização etnográfica no design encontra-se uma categoria ontológica fundamental: o “usuário”. Esta construção conceitual, aparentemente neutra e pragmática, tem profundos desdobramentos para como designers compreendem e representam as pessoas nos processos de visualização de informação e desenvolvimento de interfaces.

Hale (2018) apresenta uma crítica incisiva desta categorização. O termo “usuário” constrói pessoas primariamente como consumidores ou operadores de produtos e sistemas. Ele privilegia um tipo específico de relação — a de uso — sobre todas as outras formas de engajamento e interação. Essa categorização não é neutra, mas carrega pressupostos sobre agência, valor e propósito que condicionam profundamente como concebemos o design e seu papel social.

Tal redução ontológica opera em múltiplos níveis, cada um com implicações significativas para o design da informação. Primeiro, observa-se um individualismo metodológico que pervade tanto a pesquisa quanto a prática do design. A categoria “usuário” geralmente pressupõe um indivíduo desconectado, abstraído de suas redes sociais, culturais e históricas. Essa abstração torna-se particularmente problemática no design de visualizações de informação, onde contextos coletivos de interpretação e significação 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 não “usam” informações como indivíduos isolados, mas as interpretam dentro de esquemas socioculturais complexos, podemos desenvolver representações visuais que considerem os contextos coletivos de interpretação.

O segundo nível envolve uma relação instrumental e unidirecional com informações e interfaces. O “usuário” é frequentemente concebido como um receptor passivo que “consome” visualizações ou “opera” interfaces, obscurecendo como pessoas estabelecem relações multidimensionais com artefatos informacionais. Essa relação inclui dimensões simbólicas (o significado cultural atribuído a certas representações), afetivas (as emoções e memórias evocadas por visualizações), estéticas

(o prazer ou desagrado experimentado) e políticas (como visualizações podem empoderar ou alienar). Quando o design da informação reconhece essa multidimensionalidade, pode criar visualizações que ressoem em níveis mais profundos que a mera eficiência operacional.

Essa tensão remete diretamente ao que Bezaitis e Robinson (2018) identificam como uma diferença fundamental entre a antropologia, que tradicionalmente não tem por objetivo alterar a realidade que estuda, e o design, cuja essência é precisamente transformar o mundo. Como observam os autores, "menos evidentemente, o trabalho articulado entre os dois campos torna os pesquisadores cúmplices de um esforço consciente de moldar o futuro, e não apenas de compreender o presente" (p.65-66). Essa "cumplicidade" exige uma reflexão crítica sobre as categorias ontológicas que mobilizamos e suas implicações políticas e éticas.

Terceiro, evidencia-se uma assimetria designer-usuário que estabelece uma divisão problemática entre aqueles que criam (ativos) e aqueles que apenas usam (passivos). Essa dicotomia simplificadora obscurece como as pessoas frequentemente redesenham, reinterpretam e transformam ativamente os artefatos e sistemas com os quais interagem. No contexto do design da informação, a assimetria pode se manifestar na presunção de que existem interpretações "corretas" ou "incorretas" de visualizações, ignorando como diferentes comunidades podem gerar leituras válidas mas distintas dos mesmos dados visualizados. Abordagens mais colaborativas reconhecem que a interpretação é um ato criativo, não meramente receptivo.

Essa reconfiguração ontológica impacta diretamente o design da informação. Passos et al (2025), em concordância com Hale (2018), destacam que o termo "usuário" reduz pessoas a meros consumidores de interfaces. Quando abandonamos a categoria restritiva de "usuário" em favor de uma compreensão das pessoas em sua complexidade sociocultural, criamos espaço para visualizações e interfaces que respondam à diversidade de modos de engajamento com informações. Tal mudança não significa abandonar preocupações com usabilidade ou eficiência, mas expandir nossa concepção do que constitui efetividade no design informacional; não apenas a transmissão eficiente de dados predefinidos, mas a criação de espaços interpretativos que reconheçam e valorizem múltiplos modos de conhecer e significar.

Por exemplo, um mapa interativo que representa dados demográficos poderia ir além de apresentar informações para "usuários" genéricos, incorporando diferentes

formas culturais de conceber espaço e território, permitindo múltiplos percursos de exploração, e reconhecendo explicitamente como perspectivas distintas informam diferentes interpretações dos mesmos dados. Esta abordagem não apenas enriquece a experiência informacional, mas tende a resultar em visualizações mais inclusivas e epistemicamente justas.

Dimensão ético-política: reprodução de assimetrias informacionais

As limitações epistemológicas (como conhecemos) e ontológicas (a quem conhecemos) da instrumentalização etnográfica no design convergem em uma dimensão ético-política: a questão das relações de poder na representação e visualização de informações. A descontextualização das práticas sociais e a redução de pessoas à categoria de “usuários” não são apenas problemas teóricos ou metodológicos, mas têm consequências concretas para quem é representado, como é representado, e quais vozes são privilegiadas ou marginalizadas nos processos de design informacional.

Como argumenta Herzfeld (2018), quando a etnografia é instrumentalizada e despojada de sua dimensão crítica, ela corre o risco de reproduzir precisamente o que deveria questionar: a naturalização de categorias contingentes, a invisibilização de relações de poder, e a redução da diversidade humana a tipologias gerenciáveis.

No contexto específico do design da informação, essa dimensão ético-política manifesta-se em três aspectos particularmente relevantes. Primeiro, observa-se a universalização de convenções representacionais que privilegiam modos ocidentais, acadêmicos e tecnocráticos de visualizar dados. Sistemas cartesianos de coordenadas, hierarquias visuais baseadas em leitura ocidental (esquerda-direita, topo-base), ou pressupostos sobre o que constitui “clareza” visual são frequentemente apresentados como universais quando, na verdade, refletem convenções culturalmente específicas. Quando designers conduzem pesquisas etnográficas instrumentalizadas apenas para validar esses pressupostos, em vez de questioná-los, acabam naturalizando e universalizando o que é apenas um entendimento localizado. O efeito é particularmente problemático quando visualizações são desenvolvidas para audiências culturalmente diversas ou quando representam conhecimentos de comunidades com tradições visuais e epistemológicas distintas.

Como observam Bezaitis e Robinson (2018, p.65-66), “o design, por definição, envolve um plano alternativo, sempre um tanto subversivo para o futuro”. Quando a pesquisa etnográfica se associa a esse esforço transformador, assume “uma parte significativa da responsabilidade por aquelas opções e limitações” que moldam futuros possíveis. Essa responsabilidade exige uma consciência crítica sobre os valores implícitos em nossas escolhas representacionais e suas consequências para diversos públicos.

O segundo aspecto refere-se à extração de dados sem reciprocidade informacional. A pesquisa etnográfica no design frequentemente posiciona comunidades exclusivamente como fontes de dados, sem que estas tenham voz sobre como suas informações serão representadas ou acesso aos benefícios da visualização resultante. Essa assimetria informacional espelha padrões mais amplos de extração colonial, onde recursos (neste caso, dados e conhecimentos) são extraídos sem retorno equitativo para as comunidades de origem. No design da informação, essa dinâmica manifesta-se quando visualizações sobre comunidades específicas são produzidas para públicos externos (decisores políticos, investidores, consumidores) sem que essas visualizações sejam acessíveis ou mesmo relevantes para as próprias comunidades representadas. A desconexão entre quem fornece os dados, quem os visualiza e quem se beneficia da visualização constitui uma forma de injustiça informacional.

Terceiro, evidencia-se a infantilização dos públicos através da simplificação excessiva de visualizações sob o pretexto de “usabilidade universal”. Quando designers presumem que audiências não-especializadas não podem compreender representações mais complexas ou nuançadas, frequentemente produzem visualizações que subestimam a sofisticação interpretativa destas audiências. Essa infantilização é particularmente problemática quando envolve populações já marginalizadas, reproduzindo estereótipos sobre suas capacidades cognitivas. Ironicamente, pesquisas etnográficas mais profundas tendem a revelar que comunidades supostamente “simples” possuem sistemas sofisticados de conhecimento e representação visual, apenas organizados segundo lógicas distintas daquelas hegemônicas.

Estes problemas ético-políticos não significam que o design da informação esteja inexoravelmente comprometido com reproduções de assimetrias de poder. Ao contrário, quando balizado em uma abordagem etnográfica crítica e não meramente instrumental, o design informacional pode tornar-se um espaço de contestação destas assimetrias. Um

exemplo concreto é o projeto *Native Land Digital*¹, uma plataforma de mapeamento digital dirigida por indígenas que visualiza territórios, línguas e tratados ancestrais nas Américas, Austrália e outras regiões. Diferentemente dos mapas convencionais baseados em fronteiras nacionais e divisões políticas ocidentais, este projeto apresenta visualizações fundamentadas em concepções indígenas de território, onde fronteiras são fluidas, sobrepostas e refletem relações históricas e culturais complexas.

Outro exemplo significativo é o trabalho do *Indigenous Mapping Collective* — *IMC*², que, segundo Annita Lucchesi (2020), desenvolve metodologias colaborativas onde comunidades indígenas não apenas fornecem dados, mas participam ativamente nas decisões sobre como esses dados serão visualizados, que plataformas serão utilizadas, e quem terá acesso a quais informações.

No Brasil — muitas vezes em articulações transnacionais—, temos os movimentos de contracorrente que se apropriam das mídias e das linguagens visuais para revalorar a produção do imaginário público sobre esses próprios grupos. São os casos da nova cartografia social apresentada por Almeida (2013), das insurgências contracartográficas descritas por Mesquita (2012), e do ativismo contrageográfico levantado por Aderaldo (2018).

Estes projetos demonstram como o design da informação, quando fundamentado em práticas verdadeiramente colaborativas e sensíveis às dimensões epistemológicas e ontológicas discutidas anteriormente, pode contribuir para formas mais equitativas de representação visual e para processos de soberania informacional.

Teoria, crítica e prática: limitações da abordagem instrumental em contextos informacionais

As dimensões epistemológica, ontológica e ético-política da instrumentalização etnográfica no design manifestam-se concretamente em diversos campos da prática profissional. Tomamos como exemplo os desafios da educação em meio aos avanços da

¹ *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.

² O *Indigenous Mapping Collective* – *IMC* (<https://www.indigenoumaps.com/>) é uma rede de profissionais indígenas dedicados a ajudar comunidades nativas a desenvolver suas capacidades de mapeamento. O coletivo trabalha para fortalecer a soberania de dados geoespaciais indígenas através de treinamento, recursos e apoio técnico, permitindo que as comunidades documentem e protejam seu conhecimento territorial tradicional.

tecnologia para demonstrar o efeito problemático que o empilhamento de presunções de determinados entendimentos acarretam na interação dos estudantes com seus novos materiais didáticos.

O campo das tecnologias educacionais oferece exemplos das consequências da etnografia instrumentalizada no design informacional. Selwyn (2016), em seu livro *Is Technology Good for Education?*, apresenta uma análise crítica de plataformas de aprendizagem adaptativa contemporâneas. O autor observa como estas tecnologias frequentemente se fundamentam em pesquisas que privilegiam aspectos facilmente quantificáveis da experiência educacional, como tempo de engajamento, padrões de navegação e taxas de acerto em atividades.

A interface dessas plataformas educacionais tipicamente reflete esta abordagem metodológica: seus painéis e visualizações tendem a representar a aprendizagem como uma progressão linear através de conteúdos predefinidos, com gráficos que reduzem a experiência educacional a métricas quantitativas. Roberts-Mahoney et al (2016), em sua análise de tecnologias de aprendizagem personalizada, destacam como estas ferramentas frequentemente apresentam o progresso dos estudantes primariamente como percentuais de completude de módulos e pontuações em atividades sequenciais, com pouca representação de processos colaborativos ou contextuais na construção do conhecimento.

Essa seletividade na visualização de dados educacionais não é meramente uma limitação técnica, mas reflete pressupostos epistemológicos específicos. Williamson (2017), em *Big Data in Education*, analisa como estas visualizações não apenas refletem, mas ativamente reforçam modelos educacionais baseados em transmissão unidirecional de conteúdo. O autor demonstra como se formam ciclos em que dados são coletados segundo pressupostos específicos sobre aprendizagem, visualizados de formas que reforçam estes pressupostos, e então utilizados para justificar intervenções pedagógicas alinhadas com estes mesmos modelos.

Para ilustrar uma abordagem alternativa, podemos considerar um exemplo hipotético inspirado em princípios participativos de design da informação. Imaginemos um projeto de análise de aprendizagem desenvolvido não através de etnografias rápidas, mas de processos colaborativos onde estudantes e educadores contribuem não apenas com dados, mas com perspectivas sobre quais aspectos da experiência educacional deveriam ser visualizados e como. O resultado seriam painéis de visualização que, ao

contrário das abordagens convencionais, representariam dimensões qualitativas da aprendizagem, como engajamento em práticas colaborativas e desenvolvimento de identidades disciplinares, além de métricas convencionais. Tais visualizações não apenas apresentariam dados sobre aprendizagem, mas criariam espaços para reflexão crítica sobre o próprio processo educacional, suas dimensões sociais e seus contextos institucionais.

Este exemplo reflete a distinção proposta por Bezaitis e Robinson (2018) entre “indicadores” (*weathercocks*) e “sinalizadores” (*signposts*). Enquanto os indicadores mostram “onde estamos” (como percentuais de completude ou taxas de engajamento), os sinalizadores apontam “para onde devemos ir”. Como observam os autores, “oferecer orientação sobre o futuro é uma tarefa mais desafiadora e, ao mesmo tempo, mais significativa do que simplesmente descrever o estado atual das coisas” (ibid., p.67). Visualizações educacionais baseadas em princípios etnográficos críticos podem funcionar como sinalizadores, não apenas refletindo práticas atuais, mas orientando transformações pedagógicas alinhadas a valores educacionais explícitos.

Da crítica à prática: a prática etnográfica no design da informação

A crítica à etnografia instrumentalizada no design não se trata simplesmente de refinar métodos, mas de resgatar a essência antropológica da investigação etnográfica — sua capacidade de revelar como os significados são construídos dentro de esquemas culturais específicos. Mais do que “aplicar devidamente” a etnografia ao design, buscamos debater uma reintegração radical de seu compromisso com a alteridade, transformando a visualização de informações em um processo profundamente afinado a sensibilidades culturais. Essa abordagem substitui a obsessão pela eficiência técnica por uma ecologia de saberes, onde dados adquirem significado quando contextualizados nos sistemas que os interpretam e permitem intervenções devidamente amparadas na materialidade das vivências daqueles afetados.

Essa perspectiva está em sintonia com o argumento de Bezaitis e Robinson (2018, p.64), que destacam a importância de uma mudança do foco exclusivo no “valor” — entendido como utilidade imediata e resultados tangíveis — para uma atenção maior aos “valores” que fundamentam eticamente as práticas no campo. Segundo as autoras, ainda há uma lacuna na forma como a questão dos valores tem sido tratada, embora isso se

torne cada vez mais urgente diante da centralidade assumida pela responsabilidade social corporativa e pelas decisões complexas relacionadas às consequências ambientais e sociais, que tornam os valores dentro e das organizações um tema crítico.

A antropologia nos mostra que toda representação visual é culturalmente situada. Um simples gráfico nunca é neutro: suas cores, hierarquias e fluxos carregam marcas de visões de mundo específicas. Nas comunidades indígenas, por exemplo, representações circulares do tempo desafiam nossa linearidade ocidental; nos padrões têxteis africanos, geometrias codificam histórias coletivas. Projetos verdadeiramente antropológicos rejeitam a padronização global em favor de traduções visuais culturalmente sensíveis — como substituir ícones abstratos por elementos com ressonância local, ou abandonar hierarquias rígidas por estruturas relacionais, seguindo a lição de Waller (2019) em sua releitura do método Isotype.

Esta perspectiva transforma a visualização em uma síntese cultural participativa. Inspirados por Ingold (2017), entendemos que representações devem funcionar como campos de correspondência, onde designers e comunidades criam significados de modo conjunto. Práticas como oficinas de leituras insurgentes — onde grupos marginalizados reinterpretam visualizações hegemônicas, expondo seus silêncios — revelam como narrativas visuais são interpretadas de modo diverso em culturas orais (Spinillo, 2000); ou a prototipagem corporal, usando gestos e materiais táteis, captura noções de quantidade ou tempo que escapam às abstrações digitais, criando pontes entre epistemologias distintas.

A operacionalização dessa colaboração demanda novas formas de trabalho interdisciplinar que transcendam tanto a consultoria pontual do antropólogo quanto sua subordinação a processos já estabelecidos de design. Práticas efetivas podem iniciar-se com etnógrafos participando desde a concepção do projeto, não apenas na fase de pesquisa, contribuindo para a própria definição do que constitui um “problema de design”. Designers, por sua vez, beneficiam-se ao acompanhar processos de campo, não como observadores passivos, mas como copesquisadores que trazem sensibilidades visuais e materiais aos contextos estudados. Essa reciprocidade exige negociação constante de temporalidades distintas: o designer adaptando-se a um ritmo que permita a emergência de compreensões contextuais profundas; o antropólogo articulando suas observações em formas acessíveis aos prazos e necessidades projetuais.

Trata-se, sobretudo, de reconhecer a polifonia interpretativa como direito ao invés da instrumentalização de populações para interesses definidos de modo vertical, contradições como as Aderaldo (2018) examina através de seu campo com coletivos periféricos de produção audiovisual em relação aos projetos do chamado “terceiro setor”.

Em resposta, surgem visualizações multivocais, como dados epidemiológicos apresentados simultaneamente como linhas do tempo ocidentais e mapas narrativos indígenas, ou interfaces desmontáveis que permitem reorganizar informações segundo critérios culturais diversos (Nicolau & Oliveira, 2015). Projetos como o *Territórios do Saber* (Museu do Índio/RJ) exemplificam esta visão, traduzindo conhecimentos indígenas sobre biodiversidade através de grafismos tradicionais combinados com camadas interativas, dissolvendo falsas dicotomias entre “ciência” e “tradição”.

O que está em jogo vai além do design, é uma reimaginação da própria produção de conhecimento, a busca por um entendimento estético que, vinculado à materialidade dos dados, tem o potencial de lutar e agir sobre o sensível. Quando um infográfico se torna um objeto liminar — capaz de operar em múltiplos regimes de sentido —, ele realiza o potencial antropológico de tornar visíveis os fios que tecem diferentes formas de estar no mundo. Essa é uma das formas de verdadeiramente publicizar antropologia: não a popularização superficial de conceitos, mas a criação de espaços onde entendimentos diversos podem dialogar em pé de igualdade.

Conclusão

Este artigo parte de uma crítica fundamental à domesticação da etnografia no design — sua redução a técnicas rápidas de extração de dados — para propor uma reintegração radical de seus princípios antropológicos fundantes. Mais do que um ajuste metodológico, defendemos uma transformação epistemológica na própria concepção do design informacional: da transmissão eficiente de mensagens para a facilitação de processos interpretativos culturalmente situados. Quando reduzida a ferramenta, a etnografia perde sua potência crítica de revelar pressupostos ocultos e dimensões não evidentes da experiência humana, falha que se materializa em visualizações tecnicamente sofisticadas, mas culturalmente surdas, naturalizando certos modos de representação enquanto marginaliza outros.

As possibilidades práticas que exploramos, da ressignificação de visualizações convencionais através de tradições visuais diversas à implementação de processos participativos, apontam para caminhos concretos de um design mais inclusivo. Esse deslocamento não exige rupturas metodológicas radicais, mas uma transformação na postura do designer: da pretensão de universalidade para uma abertura à polifonia interpretativa.

Da parte da antropologia, cabe muito bem levar a infografia e a linguagem visual para além de mecanismos de registro e conformar uma diagramática própria à disciplina. O simples experimento (contra)cartográfico de Mesquita (2012) serve de exemplo para o método em si ao mostrar como a academia está intimamente conectada a todo tipo de fluxos e processos sociais, demonstrando que o suposto insulamento dos acadêmicos é uma ilusão em boa parte alimentada por mentalidades (internas e externas ao campo) restritas, e não necessariamente amparada em dados empíricos.

Não pregamos soluções definitivas, mas principalmente a disposição à experimentação, seja em reelaborações de gráficos através de lentes culturais distintas, no desenvolvimento de materiais informacionais multivocais, em sessões colaborativas onde leituras divergentes enriquecem as representações, ou na pesquisa e na análise criativas e engajadas dentro do campo e em sala de aula. Há de se reconhecer e valorizar a dimensão pedagógica inerente ao saber antropológico e buscar formas de consolidá-la e expandi-la de acordo com vetores mais propositivos.

Essa abordagem encontra ressonância em três vetores promissores para pesquisas futuras: estudos comparativos de recepção cultural da informação, experimentos avaliando a eficácia de visualizações situadas, e desenvolvimento de ferramentas para práticas participativas acessíveis. A etnografia fundamentada oferece ao design não métodos prontos, mas uma sensibilidade aguda à diversidade de modos de conhecer, requisito urgente em um mundo interconectado porém culturalmente plural, onde justiça representacional deve complementar a eficiência comunicacional.

Aqui, a colaboração entre antropologia e design transcende a mera aplicação de métodos. Como argumenta Ingold (2017), a antropologia como “modo de atenção” transforma tanto pesquisador quanto campo estudado. Projetos de visualização participativa, concebidos como espaços de correspondência, testam os limites da tradução cultural sem reducionismos. A crítica de Latour (1999) à representação como fetiche moderno ilumina nosso entendimento: mapas e gráficos não são meras

ilustrações, mas atores em redes de significado que tornam visíveis as controvérsias documentadas pela antropologia.

Longe de ser ferramenta, a etnografia em sua integridade transforma o design informacional em arena de questões antropológicas fundamentais: quem detém o direito de representar? Como traduzir diferenças radicais sem violência epistemológica? Ao insistir nessas perguntas, a antropologia não serve ao design, mas o concebe como espaço de intervenção crítica. Trata-se de um projeto de descolonização do olhar - não para “melhorar visualizações”, mas para expor o caráter culturalmente situado de noções como “dados”, “eficiência” e “clareza”.

A “ampla aceitação do trabalho ‘etnográfico’ e do ‘foco no usuário’ no design e na inovação” carrega consigo o risco de produzir “abordagens fáceis e simplificadas [que] continuarão a evoluir em direção a kits de ferramentas comoditizados, perdendo qualquer diferenciação crítica” (Bezaitis & Robinson, 2018, p.63). O desafio que se impõe é reimaginar não apenas técnicas, mas propósitos e valores fundamentais que orientam a prática.

Como alerta Strathern (2004), toda tradução é uma comparação controlada entre sistemas incomensuráveis. Nas visualizações, essa incomensurabilidade emerge quando cores, hierarquias e metáforas carregam pressupostos não declarados, reproduzindo universalismos criticados por Escobar (2018). Iniciativas como os *Indigenous Data Sovereignty Networks* demonstram como a antropologia pode mediar a criação de visualizações que não apenas incorporam, mas estruturam saberes locais - representando, por exemplo, relações ecológicas como redes circulares conforme ontologias andinas (de la Cadena, 2015).

Esta colaboração, nos termos de Appadurai (2006), sinaliza menos uma antropologia utilitária que uma expansão do trabalho de campo a novos domínios. Seguindo Marcus (1995), podemos conceber essas experimentações como “design multissituado”, onde as visualizações se tornam artefatos teóricos (Marcus, 1998) que materializam os grandes debates antropológicos: representação, poder, e a possibilidade mesma de conhecer o Outro. O desafio que se coloca é nada menos que reimaginar o design informacional como prática de tradução cultural responsável - onde cada gráfico, mapa ou interface seja reconhecido como ato político de tornar visíveis mundos alternativos de significado.

Referências

- ADERALDO, Guilherme. Visualidades urbanas e poéticas de resistência: reflexões a partir de dois itinerários de pesquisa. *Revista Antropolítica*, 45(2), p.66-93, 2018.
- ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. Nova Cartografia Social: territorialidades específicas e politização da consciência das fronteiras. In: ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de; FARIAS JÚNIOR, Emmanuel de Almeida (org.). *Povos e Comunidades Tradicionais: nova cartografia social*. Manaus: UEA Edições, 2013.
- ANDERSON, R. J.; KOLKO, J. On addressing wicked problems, imperfect solutions, and design expertise. *Interactions*, 16(6), p.80-83, 2009.
- APPADURAI, Arjun. *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham: Duke University Press, 2006.
- BEZAITIS, Maria; ROBINSON, Rick E. VALUABLE TO VALUE: how “user research” ought to change. In: CLARKE, Alison J. (ed.). *Design Anthropology: object culture in transition*. London & New York: Bloomsbury, 2018. p.56-68.
- DUDLEY, E.; HAALAND, A. *Communicating buildings for safety*. Intermediate Technology Publications, 1993.
- DE LA CADENA, Marisol. *Earth Beings: Ecologies of Practice Across Andean Worlds*. Durham: Duke University Press, 2015.
- ESCOBAR, Arturo. *Designs for the Pluriverse: radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Durham: Duke University Press, 2018.
- HALE, T. People are not users. *Journal of Business Anthropology*, 7(2), p.163-183, 2018.
- HERZFELD, Michael. Anthropological realism in a scientific age. *Anthropological Theory*, 18(1), p.129-150, 2018.
- INDOLG, Tim. *Anthropology and/as education*. London & New York: Routledge, 2017.
- KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London & New York: Routledge, 2006.
- LATOUR, Bruno. *Pandora's Hope: essays on the reality of science studies*. Cambridge: Harvard University Press, 1999.
- LUCCHESI, A. Mapping as embodied practice in Indigenous cartography. *Society for Visual Anthropology News*, 36(1), p.16-20, 2020.

- MARCUS, George. Ethnography in/of the world-system: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology* 24, p.95-117, 1995.
- MARCUS, George. *Ethnography Through Thick and Thin*. Princeton: Princeton University Press, 1998.
- MESQUITA, André. Sobre mapas e segredos abertos. *PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG*, p.116-137, 2012.
- MILLEN, D. R. Rapid ethnography: Time deepening strategies for HCI field research. In: *Proceedings of the 3rd Conference on Designing Interactive Systems* (pp. 280-286), 2000.
- NICOLAU, B. M.; OLIVEIRA, A. S. Níveis de interatividade em mídias sociais. *Anais do Congresso Internacional de Design da Informação*, 7, p.112-129, 2015.
- PASSOS, S. G.; SOUSA, Á.; VALOTO, A.; PEREIRA, D.; NICKEL, E. M. 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, 2015.
- PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. *Horizontes Antropológicos*, 20(42), p.377-391, 2014.
- PINK, S.; MORGAN, J. Short-term ethnography: Intense routes to knowing. *Symbolic Interaction*, 36(3), p.351-361, 2013.
- ROBERTS-MAHONEY, H.; MEANS, A. J.; GARRISON, M. J. Netflixing human capital development: Personalized learning technology and the corporatization of K-12 education. *Journal of Education Policy*, 31(4), p.405-420, 2016.
- SALVADOR, T.; BELL, G.; ANDERSON, K. Design ethnography. *Design Management Journal*, 10(4), p.35-41, 1999.
- SELWYN, N. *Is technology good for education?*. Cambridge: Polity Press, 2016.
- SPINILLO, C. *An analytical approach to procedural pictorial sequences*. Departamento de Tipografia e Comunicação Gráfica, University of Reading, 2000.
- STRATHERN, Marilyn. *Commons and Borderlands: working papers on interdisciplinarity, accountability and the flow of knowledge*. Canon Pyon: Sean Kingston Publishing, 2004.
- WALLER, R. Learning from Vernon's Isotype test: A design history footnote. *Information Design Journal*, 25(3), p.264-276, 2019.

WILLIAMSON, B. *Big data in education: The digital future of learning, policy and practice*. Los Angeles: SAGE, 2017.

WILLIS, A. M. Ontological designing. *Design Philosophy Papers*, 4(2), p.69-92, 2006.

HANDWERKER, W. P. *Quick ethnography*. Lanham: AltaMira Press, 2001.

WOGALTER, M. S.; DEJOY, D. M.; LAGHERY, K. R. Organising theoretical framework: A consolidated communication-human information processing (C-Hip) model. In: M. S. WOGALTER, M. S.; DEJOY, D. M.; LAGHERY, K. R (eds.). *Warnings and Risk communication*. London: Taylor & Francis, 2009. p.15-23.