

Antropologia e Design de Experiência do Usuário (UX Design): o que isso tem a ver?

Taísa Vitória Feliciano da Silva¹

RESUMO: Desde a sua origem, a antropologia tem se debruçado sobre a natureza do seu objeto, seus objetivos e, fundamentalmente, o papel do antropólogo. Essa constante autoavaliação da disciplina levou a mudanças em seu posicionamento, aplicação e principalmente, apropriação. Com base em autores clássicos como Peirano (1995 [1991]), que aborda o "ser antropólogo" e Geertz (2008 [1973]), que discutem as limitações do pesquisador e a perspectiva situada, este estudo propõe explorar a compreensão e a apropriação da antropologia em outras áreas, especificamente no Design de Experiência do Usuário (UX Design). Para tanto, será realizada uma revisão bibliográfica de autores clássicos, abordando a identidade do antropólogo e sua relação com a disciplina, bem como suas práticas de pesquisa. Isso incluirá a análise de relatos profissionais e artigos sobre a aplicação de métodos antropológicos em UX, além de uma etnografia digital de dois cursos que conectam Antropologia e UX Design. Os resultados preliminares indicam que cursos como *UX Research e Antropologia Digital* (ESPM) e *Antropologia, Inovação e UX Design* (Eros Sester, hospedado na plataforma Udemy) empregam conceitos antropológicos, como diversidade cultural, etnografia e netnografia/etnografia digital, para compreender os usuários e desenvolver soluções mais empáticas. Tal abordagem busca harmonizar os vocabulários acadêmico e de mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Antropologia; Design de Experiência do Usuário; UX Design; Etnografia Digital; Mercado de Trabalho

Introdução

Desde sua fundação, a antropologia foi marcada por reflexões acerca do seu objeto, objetivo e principalmente, de ser antropólogo. Marcada pelo colonialismo e visões evolucionistas, com ênfase na diferença entre o homem e o primitivo, a antropologia precisou se reinventar, principalmente, quando o “primitivo” se tornou antropólogo. Com

¹ Mestranda em Sociologia e Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA/UFRJ). E-mail: taisa.vitoria@gmail.com

essa constante revisão de si própria enquanto disciplina, o lugar onde ela deveria estar situada foi se modificando e a sua apropriação também.

Não é de hoje que se repensa a antropologia e se dedica a compreender como seus profissionais inserem-se no mercado de trabalho. Como apresentado por Araujo (2025), ao escrever sobre a pesquisa antropológica (neste caso, etnográfica) no contexto empresarial, o autor apresenta estudos prévios e demarca a importância de pesquisar essa temática cada vez mais. Assim, Araujo (2025, p. 78) afirma que “a questão do mercado de trabalho para antropólogos ainda constitui uma área que necessita cada vez mais ser explorada, tanto na construção de caminhos para antropólogos fora da academia”.

Importante mencionar que o artigo mencionado anteriormente está publicado em um dossiê que vai em linha com a afirmação proposta. O dossiê intitulado *Antropologia para além da academia: pesquisas aplicadas, metodologias criativas e desenvolvimento profissional*, organizado pelas antropólogas Maria Carmencita Job, Margret Jaeger e Eréndira Martínez Almonte, publicado em julho de 2025, na Revista Iluminuras, buscou ampliar ainda mais os horizontes possíveis para antropólogos. Na apresentação do dossiê, as autores contam de maneira não usual, por meio de cartas, os seus percursos e principalmente, os percursos que motivam e fazem este dossiê possível e necessário (JOB; JAEGER; MARTÍNEZ ALMONTE, 2025).

O objetivo deste estudo é analisar acerca de como a antropologia vem sendo entendida, reproduzida e principalmente, utilizada em outras áreas, neste caso, na área de Design de Experiência do Usuário. Em inglês, é conhecido como *user experience design*, ou simplesmente UX Design, maneira na qual irei citá-la daqui em diante. Para isso, apresento parte do material da minha pesquisa de mestrado em andamento que se dedica a pensar o processo de digitalização do trabalho de cientistas sociais por meio da migração de carreira para a área de UX Design. Nessa pesquisa, percebo que os pontos de contato mais comuns entre Ciências Sociais e UX Design tem sido pela Antropologia. Assim, nasce este trabalho, de uma investigação mais focada na apropriação da Antropologia na área de UX Design.

Por meio dos dados encontrados na etnografia digital realizada a partir da observação da página de divulgação de dois cursos que abordam a temática. São eles: *UX Research e Antropologia Digital* oferecido pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e *Antropologia, Inovação e UX Design* de Eros Sester hospedado na

plataforma Udemy. Diante disso, busco também entender como a antropologia tem sido posicionada dentro do mercado de trabalho, acompanhada de uma revisão bibliográfica que aborda as fronteiras do ser antropólogo.

O presente artigo está dividido em três partes. A primeira delas está dedicada em contextualizar um pouco mais do que se trata a área de Design de Experiência do Usuário, fornecendo contornos que a posicionem inclusive dentro da história do Design. Em seguida, apresento alguns dos achados obtidos na etnografia digital realizada no contexto da minha pesquisa de mestrado a partir de dois cursos já citados anteriormente. Neste momento, apresento uma observação que perpassa conteúdo, interface e conexões externos, pois compreendo que a etnografia em si é pensar acerca das muitas camadas que compõem o foco de observação, inclusive, as que não estão imediatamente à vista. Por fim, busco apresentar uma breve discussão sobre o *ser antropólogo* suscitando antropólogos de diferentes gerações e inclinações teóricas com o objetivo de refletir a teoria e a prática desse ser antropólogo situado dentro do mercado de trabalho de UX Design.

Design e UX Design

Nesta pesquisa, encaro o que pode ser considerado duas categorias diferentes dentro do campo do design. A primeira delas é o design enquanto disciplina, levando em consideração as suas muitas áreas. A segunda delas é o UX Design enquanto apropriação do mercado para a venda de cursos livres ou bootcamps e oferta de vagas. Não é a minha intenção reduzir todo o trajeto percorrido pelo design de experiência do usuário, sua relevância e complexidade nos estudos já realizados na área. A intenção é, na verdade, observar como essa área está sendo mercantilizada.

A história do design brasileiro está intrinsecamente ligada à industrialização do país no final do século XIX e início do século XX. Nesse período, a mecanização da produção, impulsionada por inovações como a prensa móvel, levou à separação entre o projeto e a execução de produtos, abrindo espaço para o surgimento da figura do designer. O design surge então como uma prática projetual voltada para a criação de artefatos com o objetivo de solucionar problemas e atender às necessidades humanas (CARDOSO, 2000). Com o movimento modernista, houve uma consolidação do ensino de design no

Brasil, marcado por figuras como Aloísio Magalhães e Alexandre Wollner, que foram precursores do ensino de Desenho Industrial no país, com a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) em 1963. A ESDI se tornou um marco na história do design brasileiro, consolidando o ensino da disciplina como um campo profissional e disseminando os valores e princípios do modernismo entre os designers brasileiros.

Ao passar do tempo, com o mundo pós-guerra, o campo do design foi levado a se reinventar constantemente e seus profissionais, a se adaptarem às novas demandas do mercado. Cardoso (2000) observa que a aceitação do design como uma área profissional consolidada na sociedade tem sido amplamente determinada pela habilidade dos designers em se posicionarem como profissionais liberais, com formação universitária, e não como técnicos ou operários, distinguindo-se destes.

De acordo com Costa (2023), as primeiras menções de UX Design da forma como conhecemos hoje foram feitas por Brenda Laurel em 1986. Laurel inicia destacando que, na época, os computadores já eram usados para diversas finalidades, tanto recreativas quanto funcionais. Ela sugere que, para atender a essa diversidade, as interfaces deveriam ser projetadas para possibilitar as diferentes atividades. Assim, a autora argumenta que o design de interfaces deve priorizar a construção de uma experiência de uso ideal para cada contexto.

Após, se popularizou no início dos anos 90 por meio de Donald Norman, na época Vice-Presidente do *Advanced Technology Group* da *Apple*. Como ele mesmo conta², o termo surge da percepção de que todos os pontos de contato que um usuário tem com um produto falam sobre a sua experiência para com ele, mesmo se não fisicamente próximo deste. Don Norman então renomeou o seu escritório como “Escritório de Arquitetos de Experiência de Usuário”. Muito embora não se restrinja a isso, é mais presente quando associada a experiência dentro de softwares ou aplicativos que utilizamos no nosso dia-a-dia. Desde sua origem no campo teórico, é marcada por uma interdisciplinaridade, pois é capaz de dialogar com campos da computação, como o estudo das interações humano-computador ou do design, com os estudos de arquitetura da informação e ergonomia.

² NNgroup. **Don Norman: O Termo "UX"**. YouTube, 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoIN4E&t=69s&ab_channel=NNgroup. Acesso em: 20 out. 2025

Ainda assim, é possível perceber que sua maior notoriedade não está dentro das discussões acadêmicas e sim, nas discussões de negócios e aprimoramento das experiências como forma de atrair mais clientes e receita para as empresas. O olhar para a experiência do usuário nas empresas vêm se mostrando mais importante, desde a concepção de produtos e serviços até a retenção de usuários e aprimoramento da experiência. A pesquisa realizada por Rubin (2023), com profissionais das ciências sociais que migraram para a área de *UX research* (pesquisa de experiência do usuário), demonstra que houve um boom de migração para área da tecnologia desde 2016 e se intensificou até a pandemia de covid-19. Com isso, tanto a oferta de cursos e bootcamps, quanto a criação de comunidades para profissionais em transição de carreira, se fortaleceram. Como, por exemplo, a comunidade VagasUX³, que surgiu na figura da designer Marianna Piacesi e hoje, conta com um corpo de voluntários que se mobilizam na divulgação de vagas, oferta de mentorias e bolsas de estudos gratuitas para a inserção e qualificação de mais profissionais na área.

Quando a Antropologia entra na roda

Para ampliar mais a discussão, trago o relato de Isabelle Oliveira, formada em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Maranhão, que compartilhou sua trajetória de cientista social para UX Designer em uma entrevista para a iniciativa Viver de Humanas⁴. Desde jovem, Isabelle tinha uma paixão pelas ciências humanas, mas a questão de como iria se sustentar sempre foi uma preocupação. No início de sua carreira, ela se perguntava: "como eu vou ganhar dinheiro com isso?" e não queria seguir a carreira acadêmica tradicional.

Sua jornada no UX Design começou ao ouvir sobre a profissão de "UX Researcher" em um podcast, destacando que era ideal para profissionais de ciências humanas. Isabelle viu uma oportunidade de aplicar o que aprendeu na faculdade de antropologia diretamente em um campo em crescimento. "Tudo o que eu aprendi na faculdade eu coloco em prática no meu dia a dia de trabalho. Não aprendi a fazer pesquisa

³ Para saber mais: VagasUX - A comunidade. Disponível em: <https://vagasux.com.br/a-comunidade>. Acesso em: 06 Ago. 2025.

⁴ Viver de Humanas. **Profissionais que Inspiram - Isabelle Oliveira**. LinkedIn, 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/profissionais-que-inspiram-viver-de-humanas-2f/>. Acesso em: 04 Ago. 2025.

em bootcamp, aprendi as bases sólidas na graduação e isso me deu uma certa vantagem para começar com projetos mais complexos logo de cara" .

Durante a pandemia, Isabelle conseguiu um emprego em UX Research trabalhando remotamente para uma consultoria de Business Experience de São Paulo, sem precisar sair de sua cidade natal, São Luís, MA. Ela defende a importância de profissionais de ciências humanas no mercado tecnológico: "Ter profissionais de humanas que entendem de ética de pesquisa e sabem identificar impactos sociais que essas tecnologias podem causar é essencial para um futuro sustentável" .

Atualmente, Isabelle trabalha em squads multidisciplinares, colaborando com designers de serviço e consultores de experiência do cliente. Ela também destaca a importância de habilidades técnicas para pesquisadores, como estatística e programação em Python, para lidar com a era do Big Data: "Um bom pesquisador precisa saber pelo menos o básico de estatística para produzir uma boa pesquisa quantitativa, por exemplo... saber fazer uma raspagem de dados na web com algumas poucas linhas de código é uma mão na roda".

Quando pensamos na inserção de antropólogos no mercado de trabalho, é possível perceber que ainda é necessário expandir as discussões e possibilidades destes. O texto escrito por Hugo Virgílio (2022), bem como os comentários contidos nele, abrem o panorama de como os antropólogos têm sido lidos dentro do mercado de trabalho. Para o autor, faltam referências de antropólogos que atuam profissionalmente fora da academia. Isso faz com que o antropólogo tenha que buscar por formações complementares para adquirir habilidades já conhecidas pelo mercado, pois nem mesmo os empregadores entendem bem como incorporar esses profissionais

Os comentários, por sua vez, corroboram as discussões apresentadas pelo autor e acrescentam críticas com relação às formações acadêmicas e a orientação para pesquisa dentro da universidade onde não há espaço para redes. A problemática das universidades não está necessariamente no que é ensinado, e sim na falta de proximidade com o mercado, como é possível perceber nos seguintes trechos: "Se os cursos de humanas tais como existem hoje devem mudar? Certamente, mas ao mesmo tempo penso que devemos pensar nisso com cautela e refletir bastante, para que não se enverede para um ensino tecnicista e positivista...(Comentário feito por Aline Ferreira) " e "Acho que falta replanejamento interno das universidades mais no que diz respeito ao trabalho do que ao

que é ensinado em sala porque, da forma como as coisas estão, os pesquisadores são sistematicamente explorados sem que haja responsáveis diretos por isso. (Comentário feito por Maria Elizabeth Melo)”.

O artigo *UX Design e Antropologia: uma relação desejável*, escrito por Mateus Cervo (2022), que se intitula antropólogo e designer, destaca como a antropologia e o UX se complementam ao focar na compreensão das necessidades humanas e contextos culturais. O autor argumenta que a etnografia, método (e pilar) da antropologia, possibilita uma visão aprofundada do comportamento dos usuários, permitindo um design mais significativo e empático. Ele ressalta que, ao adotar essa abordagem, o UX Designer consegue criar soluções mais alinhadas com os valores e desejos das pessoas. Além disso, o texto reforça que a antropologia oferece ferramentas para enxergar além do comportamento superficial, explorando o porquê das ações e preferências dos usuários. Em vez de criar produtos apenas para resolver problemas, essa abordagem se preocupa em entender as razões e as dinâmicas culturais que moldam a experiência do usuário.

A conexão entre essas disciplinas enfatiza uma perspectiva holística e crítica, que vai além do design funcional, focando em contextos sociais e subjetividades. Como resultado, as soluções desenvolvidas são mais inclusivas e capazes de considerar a diversidade de experiências humanas. O texto conclui que, ao incorporar princípios antropológicos no UX, a experiência do usuário é aprimorada, tornando-se não apenas mais eficiente, mas também mais significativa para a vida das pessoas.

A experiência no campo

Quando revisitamos aquela ideia de campo tradicional, como o vivenciado por Malinowski com os povos da Ilha Trobriand, que durou por anos e ainda hoje, é uma referência sobre etnografia? Quando Geertz (2008 [1973]) nos atenta para a entrada no campo com distanciamento, mesmo para aqueles já inseridos no campo. Sabemos, após muitas discussões no interior da disciplina, que não é possível ser imparcial na pesquisa ou suspender-se de si para realizar o campo. O autor propõe que este seja um exercício constante, a busca pelos sentidos que seus interlocutores fazem de si, da sua realidade e relações. A observação participante, nesse sentido, possui uma centralidade fundamental para conexões daquilo que apenas (ou nem mesmo) a entrevista dá conta.

Pensando nisso, faz-se necessário anunciar nas escritas da pesquisa como se dá a entrada no campo, de onde se está partindo e as formas como esse contato com o campo se dá. Quando falamos de pesquisas que se dão no digital, isso ganha uma importância ainda maior. Isso porque cada pesquisador lida com uma entrada no digital distinta, seja por uma pesquisa que se inicia no digital ou outra que o digital é meio, ferramenta ou profundidade para o campo. Um estudo etnográfico com mulheres evangélicas e suas interações em um grupo de oração no WhatsApp (REIS, 2023) ou com motoboys entregadores de aplicativos que se dividem na dupla jornada também como influenciadores compartilhando suas rotinas em lives no YouTube (DESGRANGES, 2024) vão exigir procedimentos metodológicos distintos e que, por isso, precisam estar descritos.

O artigo produzido por Iara Beleli e Larissa Pelúcio (2018) apresentam uma série de outras pesquisas e os procedimentos metodológicos realizados nelas. As autoras trazem a atenção para pensarmos os caminhos percorridos pelos estudos digitais até o momento da publicação e, principalmente, as pequenas coisas que parecem até particulares de cada pesquisa, mas que ao mesmo tempo representam atravessamentos possíveis com os estudos que vieram e ainda estão por vir sobre ou por meio do digital.

A entrada no campo se dá em função da minha pesquisa de mestrado sobre a digitalização do trabalho do cientista social, buscando compreender isso por meio da migração de carreira para a área de UX Design. Se estamos falando em migração, possivelmente falamos também de formação ou especialização. A partir disso, decido olhar para cursos de formação que unem ambas as temáticas. O primeiro achado da pesquisa é que diante das disciplinas que compõem as ciências sociais, a que é mais comumente associada a UX Design é a Antropologia, por isso, a etnografia se centrou em dois cursos que tratam de Antropologia e UX Design.

O primeiro deles foi *UX Research e Antropologia Digital* oferecido pela ESPM e em seguida, *Antropologia, Inovação e UX Design* de Eros Sester hospedado na plataforma Udemy. Para tal observação, considerei necessário ter um registro do momento em que a pesquisa se inicia. Registrei uma captura da tela inteira da página dos cursos no período entre dezembro de 2024 e janeiro de 2025. A observação partiu daí. Isso importa de ser dito, pois em um dos cursos, já é possível observar uma interface um pouco diferente da observada e descrita na pesquisa. Neste caso, não possuo preocupações

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

com relação a segurança cibernética por se tratar de páginas disponibilizadas publicamente na internet, portanto, não foram necessários procedimentos de anonimização de dados pessoais enquanto pesquisadora. Para produzir o mínimo possível de distanciamento, decidi fazer os registros etnográficos de maneira manual, escrevendo à mão no caderno enquanto observava pelo computador. Pode parecer pouco, mas isso provoca uma quebra na materialidade do que está sendo registrado e observado.

Antropologia e UX Design: o que isso tem a ver?

O curso *UX Research e Antropologia* da ESPM se apresenta como um curso livre EAD, com 30 horas distribuídas em 8 aulas semanais, compondo a área temática em “consumo e experiência do consumidor” e com complexidade intermediária. O conteúdo do curso começa pela apresentação do conceito de antropologia e sua aplicação no ambiente digital, avançando para técnicas como etnografia, voltada à compreensão do consumidor, e netnografia, utilizada para identificar tendências e gerar insights. Em seguida, aborda a dinâmica e as tendências de consumo, considerando seus aspectos simbólicos, sociais e culturais. Inclui também abordagens para análise e interpretação de dados, a partir de fontes primárias e secundárias, com o objetivo de produzir insights relevantes para a área de UX. Apresenta fundamentos de metodologias e técnicas de pesquisa, como o desenvolvimento de projetos qualitativos, e orienta a criação de projetos com etnografia digital, voltados ao mapeamento da jornada e do comportamento do consumidor, embora o uso dos termos “etnografia digital” e “netnografia” não seja consistente ao longo da proposta.

Ao longo da apresentação do conteúdo do curso, a antropologia vem sendo definida como conceito e não como área de conhecimento. Seria isso reducionista, essencialista ou apenas uma apropriação aplicada da antropologia? É possível perceber também algumas inconsistências, como, por exemplo, o uso de ora netnografia, ora etnografia digital. A ausência da palavra “usuário” chama atenção, sendo utilizado “consumidor” para empregar sentido similar. Entendo que a área temática está pautada no consumo, mas o curso é (ou se diz ser) de UX Research, ou seja, pesquisa de experiência do usuário. Neste texto da seção “sobre o curso”, a sigla UX só aparece duas vezes, sem que haja explicação do termo. A primeira menção é sobre análise de dados para gerar insights para a área de UX (curioso, está sendo definida como área e não como

conceito). A segunda menção é sobre conhecer metodologias utilizadas em UX. Não seria este um curso de antropologia, com foco em ambientes digitais, aplicado a UX ao invés do contrário?

Por mais que se trate de um curso de 30 horas, ao que parece, ele é parte de uma trilha de pós-graduação chamada “projeto Dynamic ESPM”. As informações sobre este projeto estão na FAQ, ao final da página. A primeira pergunta é “O que é o projeto Dynamic ESPM?”. Em resumo, é um projeto com ênfase na aprendizagem baseada por competências que permite conectar validação acadêmica e processos de recrutamento das empresas, além de permitir que os alunos personalizem suas trilhas. É possível cursar badges ou combos ESPM, que são conjuntos de badges que formam uma formação específica. A segunda pergunta responde o que significam os badges, sendo eles, credenciais digitais rastreáveis que representam uma competência adquirida pelo aluno. Ou seja, um certificado com nome diferente.

Em se tratando da interface, a página apresenta uma estrutura segmentada em linhas horizontais, com forte presença da identidade visual institucional. No topo, três ícones de bandeiras (EUA, Espanha e França) indicam opções de tradução, seguidos por ícones de “Professores” e “Estudantes”, todos sobre fundo cinza escuro. A segunda linha, mais espessa e com fundo preto semi transparente, funciona como barra de menu, posicionada à esquerda a logo da ESPM em branco sobre fundo vermelho. A hierarquia privilegia primeiro elementos institucionais e de navegação geral, para só depois chegar ao conteúdo específico do curso. As seções internas (“sobre o curso”, “para quem se destina”, “o que você vai aprender”, “quando acontece”, “requisitos”) seguem um formato vertical linear, com títulos em destaque e listas numeradas ou pontuadas, facilitando a leitura sequencial. Há também a inserção de blocos explicativos (como o FAQ sobre o projeto Dynamic ESPM), que fragmentam o conteúdo, mas reforçam a narrativa institucional e a associação do curso a um ecossistema educacional mais amplo.

Já o curso *Antropologia, Inovação e UX Design* de Eros Sester na Udeemy desloca o eixo de confiança institucional para a centralidade da figura do professor. O título anuncia “trazendo a Etnografia para perto do seu dia a dia”, e o que se propõe a ensinar inclui: “entender o que é Antropologia, quais seus principais conceitos e história e a sua relação com a Inovação e UX Design”, “utilizar as mesmas metodologias de um antropólogo dentro do fluxo de trabalho de Inovação e UX Design” e “colocar em prática

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

os aprendizados do curso, fazendo o próprio trabalho de campo etnográfico”. O conteúdo é organizado em seis módulos (Introdução; Antropologia; UX & Antropologia; Etnografia e métodos; Ida ao campo e Análise; Conclusão: o futuro da Antropologia), totalizando 23 aulas e 3h14min. Aqui, “etnografia digital” e “netnografia” aparecem como sinônimos, e o vocabulário do design é incorporado à prática etnográfica, como no uso de “mapa conceitual” e “personas” no momento de análise. O curso é direcionado também a profissionais das ciências sociais, com a promessa de “entender como adaptar a sua formação ao fluxo de trabalho em Inovação e UX Design”.

Uma das primeiras informações visíveis após a barra de navegação diz respeito à hierarquia da informação desenvolvida para este site. Com letras na cor roxa, lê-se “design > design de experiência do usuário > antropologia”. Sendo o primeiro, a categoria principal e outros, seriam subcategorias desta. Disso já me surge uma dúvida, seria possível que essa categoria de hierarquia (ou hierarquia de categoria) fosse invertida, começando pela antropologia? Ou seja, seria possível encontrarmos design de experiência do usuário como subcategoria de Antropologia?

Com estas questões em mente, dediquei-me à observação do “Menu Explorar” da plataforma Udemy, buscando entender como a plataforma organiza seus conteúdos e como a antropologia aparece (ou não) dentro dessa estrutura. Ao passar o mouse sobre a opção, surgem os 13 principais temas de cursos, cada um com subtemas listados. No tema “Design”, há subtemas como web design, design gráfico, design de moda, arquitetura, entre outros, incluindo “Design de Experiência do Usuário” que, por sua vez, se desdobra em tópicos como UX Design, Figma, Design de Interface, UX Writing, Design de Produtos, Acessibilidade na Web, Adobe XD, Web Design e Criatividade em Design. Esses subtemas misturam áreas amplas, habilidades específicas e até ferramentas, mas não incluem antropologia ou áreas das ciências sociais.

Seguindo para o tema “Ensino e estudo acadêmico” dentre aqueles 13 principais, procuro menções à antropologia. Os subtemas listados incluem Macroeconomia, Psicologia, Aconselhamento, Economia, Criminologia, Psicoterapia, Relações Internacionais, Análise de Inteligência e Direito. Aqui, noto peculiaridades, como a presença de campos que não se enquadram exatamente como áreas de conhecimento formal ou que parecem mais alinhados à tecnologia e negócios. Ainda explorando, acesso o tema “Ciências Humanas”, que apresenta subtemas como Filosofia, História da Arte,

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Cristianismo, Pensamento Crítico, Terapia Cognitivo-Comportamental, História Mundial, Estatística e Redação Criativa. Novamente, há uma mescla de campos disciplinares e habilidades práticas, e a antropologia não aparece listada.

A ausência de antropologia, mesmo em temas que seriam mais propícios, leva à reflexão sobre a forma como a Udemy categoriza o conhecimento: priorizando formações aplicadas, conteúdos ferramentais e áreas que dialogam diretamente com demandas de mercado. Essa lógica reforça a percepção de que a plataforma não estabelece uma conexão direta ou estruturada entre antropologia e UX Design, e sugere que a categorização reflete mais uma visão de mercado do que uma organização acadêmica tradicional.

Em se tratando de interface, a arquitetura de informação segue o padrão de marketplace. No topo, uma barra branca estreita concentra o logo à esquerda, botão “Explorar”, barra de pesquisa centralizada e botões de ação (“Udemy Business”, “Ensine na Udemy”, “Fazer login”, “Cadastre-se”), além de ícone de carrinho e seletor de idioma. A hierarquia visual prioriza a busca e as ações de compra ou navegação entre cursos, evidenciando a lógica comercial da plataforma. Logo abaixo, um bloco com fundo preto ocupa cerca de um terço da área visível inicial, destacando a trilha de navegação hierárquica (“design > design de experiência do usuário > antropologia”), o título do curso e subtítulo, avaliações e número de alunos. Na lateral direita, um card de compra sintetiza preço, botões de ação, garantias e recursos inclusos, sempre com botões de contraste alto voltados à adição no carrinho. O conteúdo do curso é apresentado em módulos expansíveis, com indicação de número de aulas e duração, permitindo acesso não linear às informações.

Considerações finais

A comparação entre as observações etnográficas dos dois cursos revela um panorama complexo sobre a apropriação da antropologia no campo do UX Design. De um lado, o curso da ESPM enfatiza uma abordagem institucional e pragmática, em que a antropologia é apresentada principalmente como um conceito instrumental para compreensão do consumidor e geração de insights aplicados à experiência do usuário. Essa perspectiva, ao priorizar a terminologia do consumo e minimizar a presença do “usuário” como sujeito, reflete uma lógica de mercado e de mercantilização do saber que

busca adequar o conhecimento antropológico às demandas imediatas das empresas e do ambiente digital.

De outro lado, o curso de Eros Sester na Udemy oferece uma aproximação mais explícita com as práticas e conceitos antropológicos tradicionais, integrando metodologias etnográficas com fluxos de trabalho em inovação e UX Design, ainda que dentro de uma plataforma comercial que também subordina o conhecimento às dinâmicas de mercado. Essa diferença expõe como a antropologia, enquanto disciplina, é apropriada e reformulada de maneiras distintas, ora como conhecimento aplicado e funcional, ora como saber mais complexo e metodologicamente robusto, mas ambos sempre imersos em uma lógica que envolve a venda, a capacitação e a inserção profissional.

Há uma lacuna tanto na compreensão das empresas sobre o papel do antropólogo quanto na preparação acadêmica desses profissionais para atuar fora da academia. Esse dilema nos remete à discussão de Peirano (1995 [1991]) sobre o que define um "bom antropólogo" – não apenas o domínio da teoria, mas a capacidade de integrar pesquisa e teoria de forma dinâmica, adaptando-se a novos contextos e desafios. Além disso, o tempo de pesquisa dentro da academia e dentro do mercado de trabalho são distintos, sendo o último muito menor e atento às demandas de negócios. Esse fator faz com que os antropólogos precisem de um jogo de cintura para a escolha do que é possível ou mesmo aproveitável da antropologia nesse contexto.

Para a autora, a construção de uma teoria antropológica se dá enquanto teoria-etnografia. No entanto, a antropologia não é apenas etnografia. Cada vez menos os antropólogos têm acesso a cursos de antropologia que se dediquem ao estudo de etnografias do início ao fim ou dispõem de recursos para dedicar anos da sua vida à pesquisa de campo. Estes, tornaram-se menos antropólogos que Malinowski? Como resposta, a autora indica que “se a pesquisa-*cum*-teoria define o empreendimento antropológico, então não há lugar para crise enquanto houver pesquisa nova e reflexão teórica correspondente (e vice-versa).” (PEIRANO, 1995 [1991], p. 23).

A etnografia é vista como uma ferramenta valiosa no UX, como é possível perceber nas páginas dos cursos citados anteriormente, permitindo uma análise que vai além dos comportamentos visíveis e busca entender com a devida profundidade o contexto que resulta nas ações dos usuários. Essa abordagem reflete o que Franz Boas (2004 [1889]) já defendia ao criticar métodos que desconsideravam a perspectiva do outro

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

e as limitações do pesquisador. No contexto do UX, o olhar antropológico para superar as limitações que estudos quantitativos ou estritamente técnicos dentro da tecnologia são capazes de alcançar.

A análise das interfaces das plataformas que ofertam esses cursos reforça a percepção de que a estruturação do conhecimento segue prioritariamente os interesses comerciais. A Udemy, ao categorizar seus conteúdos, não reconhece a antropologia como uma subcategoria de UX Design nem a insere diretamente na área de ciências sociais, revelando uma dissociação entre as classificações acadêmicas tradicionais e as práticas de mercado. Essa fragmentação e priorização do instrumental fomentam uma visão do conhecimento que privilegia habilidades específicas e imediatas em detrimento de formações mais críticas e integradas. Tal cenário impõe desafios ao antropólogo contemporâneo que busca atuar no mercado de UX Design, pois sua identidade profissional e epistemológica é tensionada entre a necessidade de adaptação às exigências mercadológicas e a preservação da profundidade crítica e reflexiva da antropologia.

Retomando a pergunta central do estudo, como a antropologia vem sendo entendida, reproduzida e utilizada no contexto do UX Design, fica claro que essa apropriação está longe de ser homogênea. A disciplina é tanto reconfigurada como ferramenta aplicada e técnica quanto ressignificada como campo epistemológico que pode contribuir para a inovação e o design centrado no usuário. Essa ambivalência abre um campo fértil para reflexões sobre os limites e as possibilidades do diálogo entre as duas áreas, especialmente em termos da formação dos profissionais e das expectativas do mercado. Surge a necessidade de debates mais aprofundados sobre o papel do antropólogo no cenário digital, buscando formas de atuação que consigam dialogar com as demandas do mercado sem abrir mão de uma postura crítica e ética.

Ao longo do texto, evidenciou-se que o UX Design, embora interdisciplinar e em constante reinvenção, está submetido a um processo acelerado de mercantilização, no qual a complexidade dos saberes é muitas vezes reduzida a habilidades técnicas e aplicadas. O estudo realizado por Martinez e Leutwiler (2023) buscou investigar o pensamento sistêmico e a transdisciplinaridade nas práticas de UX no Brasil. Conforme demonstram os resultados apresentados no estudo, a maior parte dos respondentes da pesquisa possui formação superior, com a predominância de pós-graduação completa. Dentre as áreas de formação que mais se mostraram presentes nas respostas estão Design,

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Humanidades e Ciências Sociais e Exatas (com 37%, 27,8% e 15,7%, respectivamente). No escopo correspondente à Humanidades e Ciências Sociais, não se encontram apenas formandos em ciências sociais, mas também em outras áreas como jornalismo, história, letras, entre outros. Ainda assim, esse estudo reforça a presença desses profissionais na área de UX. Essa lógica, por sua vez, influencia diretamente a maneira como a antropologia é oferecida e apropriada dentro desse campo, levantando questionamentos sobre a perda de conteúdo crítico e sobre o impacto que essa apropriação pode ter tanto para a disciplina quanto para os profissionais envolvidos. Ao mesmo tempo, a antropologia conserva um potencial analítico e metodológico que pode contribuir para repensar práticas de design e inovação, incorporando olhares mais profundos sobre cultura, subjetividade e contextos sociais.

Portanto, este estudo não apenas descreve e analisa as formas atuais de aproximação entre antropologia e UX Design, mas também aponta para a importância de que tais conexões sejam feitas de modo consciente, ético e crítico. Geertz também possui uma atuação fora da academia. Ele, no entanto, estava em um período diferente da antropologia, presenciando o declínio do estrutural funcionalismo e da escola de cultura e personalidade. Por esse motivo, o autor propõe mudanças importantes para o campo. O conceito de autoridade geográfica serve para legitimar o trabalho feito pelo antropólogo, pois não precisa falar pelo nativo e sim, do que resulta da troca entre pesquisador e interlocutor. A antropologia é então uma ficção no sentido de que ela não inventa nada, e sim, produz. Passa a ser situada, individualizada e baseada nos microrrelações. Ela se torna o relato de um encontro, não uma disciplina que fala pelo outro (GEERTZ, 2008 [1973]). É fundamental que o antropólogo que transita pelo mercado de UX possa se posicionar com clareza quanto ao seu papel e às suas contribuições específicas, bem como que haja um esforço para fomentar formações que equilibrem a aplicabilidade técnica com o rigor epistemológico.

A atuação do antropólogo em UX Design vai além da simples aplicação de métodos. Trata-se de uma prática que, ao integrar antropologia e design, enriquece a compreensão dos contextos humanos, oferecendo soluções mais inclusivas, empáticas e alinhadas com as necessidades reais dos usuários. Essa integração, por sua vez, desafia tanto a formação acadêmica quanto as práticas de mercado, demandando um olhar crítico e adaptável, característica fundamental de um "bom antropólogo" nas palavras de Peirano.

A antropologia, assim como em toda a sua história, segue e seguirá se modificando, num constante exercício de perder e encontrar sua “essência”.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Israel Martins. **A etnografia do "lado de lá": pesquisa e antropologia em um contexto empresarial**. ILUMINURAS, Porto Alegre, v. 26, n. 71, p. 76–106, 2025.

DOI: 10.22456/1984-1191.106985. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/106985>. Acesso em: 20 out. 2025.

BELELI, Iara; PELÚCIO, Larissa. **Aperte play para iniciar: desafios metodológicos de pesquisas nas mídias digitais**. In: DURÃO, Susana; FRANÇA, Isadora Lins. Pensar com método. Rio de Janeiro, Papéis Selvagens, 2018,

BOAS, Franz. Stocking Jr., G. (Org.). **A formação da antropologia americana**. Rio de Janeiro: Contraponto/EDUFRJ. 2004 [1889].

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

CERVO, Matheus. **UX Design e Antropologia: uma relação desejável**. Medium, 2022. Disponível em: <https://medium.com/ioasys-voices/ux-design-e-antropologia-uma-relação-desejável-d5fac39af18c>. Acesso em: 20 out. 2025

COSTA, Ana Carolina Ribeiro Ferreira da. **A realidade incoerente do design em plataformas digitais: uma análise crítica sobre a percepção de designers sobre sua atuação profissional**. Orientador: Leandro Manuel Reis Velloso. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2023.

DESGRANGES, Nina. Vencendo nas entregas: **A dupla jornada plataformizada de entregadores-influencers**. Dissertação (Mestrado em Sociologia – com concentração em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC. 2008 [1973]

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

JOB, Maria Carmencita; JAEGER, Margret; MARTÍNEZ ALMONTE, Eréndira. **Apresentação**. ILUMINURAS, Porto Alegre, v. 26, n. 71, p. 5–20, 2025. DOI: 10.22456/1984-1191.148676. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/148676>. Acesso em: 20 out. 2025.

MARTINEZ, Maria Laura; LEUTWILER, Guilherme. **Investigando o pensamento sistêmico e a transdisciplinaridade nas práticas de user experience no Brasil**. Revista Brasileira de Expressão Gráfica. 92 Vol. 11, No. 1, 2023

PEIRANO, Mariza. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará. 1995 [1991].

REIS, Lorena Mochel. **A fluidez da unção: raça, gênero e erotismos evangélicos nas materialidades de um ministério digital**. 2023. 374 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

RUBIN, Milena Prevedello; ALMEIDA, Francis Moraes de. **Encontros e Desencontros Entre as Ciências Sociais e a Pesquisa de Experiência do Usuário**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023.

VIRGILIO, Hugo. **Antropologia e Mercado de trabalho: algumas considerações**. LinkedIn, 2022. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/antropologia-e-mercado-de-trabalho-algumas-hugo-virgilio>. Acesso em: 20 out. 2025