

## ESTUDOS ETNOGRÁFICOS EM ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL: UMA NOVA CONSTRUÇÃO TEÓRICA?

## ETHNOGRAPHIC STUDIES IN ADMINISTRATION IN BRAZIL: A NEW THEORETICAL CONSTRUCTION?

Paulo Vanderlei Cassanego Jr<sup>1</sup>

Carolina Freddo Fleck<sup>2</sup>

Paola Rosano Rodrigues<sup>3</sup>

**Resumo:** Este estudo tem como objetivo analisar como são caracterizadas as pesquisas que empregam o método etnográfico na área de Administração, utilizando a plataforma Spell como base para a coleta de dados. O estudo tem caráter descritivo e exploratório, com abordagem qualitativa. O primeiro critério de seleção foi apenas artigos em língua brasileira, coletados todos em um mesmo dia (04 de setembro de 2019) mas com uma perspectiva longitudinal. O estudo foi desenvolvido através de pesquisa documental e analisado a partir da análise de conteúdo. O corpus de análise foi composto de um total de 47 artigos. Na análise dos dados identificou-se que de acordo com a análise das escolas antropológicas, a maioria dos estudos vão ao encontro da Escola Inglesa; a escola Francesa apareceu em 17 artigos e a Escola Americana apareceu em 11 artigos, demonstrando tendências dos estudos com olhar voltado para a economia e ciências sociais.

**Palavras-chave:** Etnografia; Administração; Escolas Antropológicas.

**Abstract:** This study aims to analyze how research using the ethnographic method in the administration area is characterized, using the Spell platform as a basis for data collection. The study has a descriptive and exploratory character, with a qualitative approach. The first selection criterion was only articles in Brazilian language, collected all on the same day (September 4, 2019) but with a longitudinal perspective. The study was developed through documentary research and analyzed from content analysis. The corpus of analysis was composed of a total of 47 articles. In the analysis of the data, it was identified that according to the analysis of anthropological schools, most studies meet the English School; the French school appeared in 17 articles and the American School appeared in 11 articles, demonstrating trends of studies with a look at economics and social sciences.

**Keywords:** Ethnography; Administration; Anthropological Schools.

### 1 Introdução

Pesquisas voltadas para área de administração estão crescendo nos estudos que abordam antropologia, o campo organizacional (BRANNAN *et al.*, 2007; YANOW,

---

1 Doutor em Administração pela Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP). Professor Adjunto da Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento, RS, Brasil. E-mail: [paulojr@unipampa.edu.br](mailto:paulojr@unipampa.edu.br)

2 Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora Associada da Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento, RS, Brasil. E-mail: [carolinafleck@unipampa.edu.br](mailto:carolinafleck@unipampa.edu.br)

3 Mestre em Administração pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Santana do Livramento, RS, Brasil. E-mail: [paolarosano@outlook.com](mailto:paolarosano@outlook.com)

2009). Nesse sentido, Ybema *et al.*, (2009) apontam que os etnógrafos organizacionais estudam os acontecimentos que ocorrem diariamente no local de trabalho, que possam assumir questões intrigantes da vida organizacional, devido ao fato de que essas questões podem estar escondidas nas trocas de favores ou informações de pessoas comuns em um dia comum.

Nos últimos anos ocorreu uma crescente conscientização acerca da importância da autorreflexividade nos estudos etnográficos em organizações, o centro das pesquisas era o autoexame e a contabilização do estudo, os pesquisadores cumprissem seus compromissos e dívidas com aqueles que eram os objetos do estudo (YANOW, 2009).

Desta forma, o objetivo da presente investigação é analisar como são caracterizadas as pesquisas etnográficas em artigos na área de Administração. Desta maneira, este estudo se justifica na ideia de que os estudos etnográficos em Administração apresentam uma crescente utilização, este caso ocorre devido ao fato de que esse método obtém vantagem quanto a captação dos detalhes que revelam os hábitos humanos, as atitudes dos indivíduos bem como seus comportamentos que são tratados como objeto principal do estudo (SANTOS, 2017).

Ainda, Santos (2017) relata que o contato entre grupos e a convivência com o grupo estudado traz à tona uma prova de que é possível compreender o que os indivíduos realmente fazem e não somente o que dizem que fazem, pois estão dispostos em um ambiente natural ao qual os sujeitos estão inseridos.

Nesse viés, Watson (2011) define a etnografia como uma abordagem de pesquisa que é baseada observação mais atenta e que envolve o pesquisar com pessoas em um ambiente social mais bem específico, sendo que o papel do escritor vai ao sentido de relacionar as palavras faladas e as práticas observadas ou até mesmo experimentadas com a estrutura geral cultural ao que foram dispostas. O uso mais frequente do método etnográfico na área de administração foi a partir do interesse dos pesquisadores acerca dos estudos em cultura organizacional (TURETA; ALCADIPANI, 2011).

Neste estudo optou-se por utilizar como conceito de etnografia o descrito por Alcadipani e Rosa (2010), para os pesquisadores a etnografia pode ser entendida como um método de coleta de dados nas pesquisas qualitativas, sua origem foi na Antropologia com objetivo principal de compreender as relações sociais e visões acerca do mundo, diante deste fator o método ganhou espaço. Diante disto, pretendeu-se neste estudo uma classificação dos estudos perante as escolas antropológicas, as quais são interpretadas pela Escola Francesa, Escola Americana e Escola

Para atender esse objetivo, este artigo foi dividido em quatro seções, além desta introdução. Sendo assim, na segunda seção são apresentadas as ideias básicas sobre a evolução do método etnográfico. Na terceira seção, é descrito o percurso metodológico realizado nesta pesquisa. Na quarta seção, são apresentados os dados coletados deste estudo. Por fim, na quinta seção, faz-se as considerações finais acerca da pesquisa, por seguinte as referências utilizadas no estudo.

## 2 Etnografia

Os estudos etnográficos iniciaram-se nos séculos XIX e XX, quando os antropólogos de estudos culturais e sociais procuraram coletar dados diretamente da fonte (ATKINSON; HAMMERSLEY, 1994). Nesse sentido, Malinowski (2013) com o trabalho de campo e de documentação da vida social dos habitantes que residiam as ilhas de Trobriand, é visto como um dos estudos mais representativos deste período. Entretanto, Atkinson e Hammersley (1994), alertam que alguns estudos de pesquisados da filosofia alemã apresentaram traços de etnografias já nos séculos XVIII e XIX, sendo este na obra Renascimento, e até mesmo em textos antigos como o de Heródoto.

É nessa direção que Malinowski (1978), aponta algumas características do método, nos estudos etnográficos; o pesquisador, é ao mesmo tempo cronista e historiador; todavia, suas fontes de coleta de dados são ao mesmo tempo bastante acessíveis, porém, podem causar enganos e se tornarem complexas com o tempo. (MALINOSKI, 1978).

Corroborando com esta percepção, Da Matta (1981), aponta que é necessário repensar o espaço em que o etnólogo está inserido na pesquisa de campo, e refletir acerca do estado existencial daquele campo, pois, não se está concentrado nem numa sociedade e nem em outra, entretanto, está muito concentrado em uma e outra.

O método etnográfico é composto por uma extensa e densa descrição, no entanto, fazer etnografia é tentar ler, um objeto estranho, desbotado e com caráter suspeito, todavia, para alcançar este fim, ocorre uma grande variedade de estruturas complexas (GEERTZ, 1989). Godoy (1995), aponta que a pesquisa etnográfica permite a identificação e interpretação de um grupo a partir da pesquisa e investigação de como funciona o seu sistema cultural e de que maneira este está organizado e como tudo isto pode vir a influenciar o comportamento do todo.

Tedlock (2000), relata que os estudos etnográficos vão além dos campos de rotina que seriam a antropologia e a sociologia, estes estudos são também voltados para estudos culturais, folclóricos, teorias literárias, estudos que abordam as mulheres, geografia cultural e pôr fim a psicologia social. No entanto, também são encontradas etnografias que contemplam as áreas aplicadas como a educação, planejamento, estudos do caráter organizacional, a enfermagem, psiquiatria, direito, administração e entre outras (TEDLOCK, 2000).

Na área de interesse da administração as ideias e os métodos da antropologia social podem acarretar novas descobertas, em três grandes áreas, na visão de Linstead (1997) como podemos observar no Quadro 1:

**Quadro 1:** Áreas da antropologia segundo Linstead

<b>Área</b>	<b>Exemplo</b>
<b>Entendendo o processo de cultura do trabalho dentro das organizações</b>	Criação de teoria a partir dos dados etnográficos, críticas ao conceito de símbolos, consulta dos modelos de representações;
<b>Crítica às práticas gerenciais</b>	Utilização da etnografia como um fazer desconstrutivo e reconstrutivo, pesquisando novas possibilidades de organizar, baseada em uma grande variedade de entradas quanto a processos gerenciais, vinculando isso aos processos cognitivos, epistemológicos, afetivos, éticos e ideológicos na mesma estrutura;
<b>Mudança Organizacional e Gestão</b>	Utilização e ideias de caráter antropológico ao moldar e refletir os processos de mudanças bem como criar um método pedagogo com o objetivo de desenvolver o gestor como um antropólogo.

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir de Linstead (1997)

Nos estudos etnográficos brasileiros, os trabalhos de Barbosa (2003), Mascarenhas (2002) e Faria (2003), discorrem sobre o modo como este tipo de coleta pode contribuir para o campo da Administração e especificaram caminhos nos seus estudos, indo ao encontro do que dispôs Linstead (1997). Corroborando com os autores, Berg e Upchurch (2007) e Van Maanen (2006), tratam que a etnografia está preocupada com o estudo das interações sociais e da cultura que retoma a perspectiva naturalista através dos paradigmas humanísticos, interpretativista e hermenêuticos.

Nesse sentido, os objetivos empíricos dos trabalhos etnográficos são classificados como capturar e entender as perspectivas e práticas das pessoas, ou seja, dos objetos de estudo. Os etnólogos mergulham a fundo no cenário e coletam os dados diretamente e se maneira sistemática, assistindo, participando e ouvindo atentos ao que está acontecendo (BREWER et al., 2004; Berg e Upchurch (2007)). Soma-se a visão dos autores o que traz Cunliffe (2010), no que trata que quanto a essência da etnografia como sendo um esforço para representar o que é a realidade social dos outros, seja em termos de interações, ações,

símbolos e até mesmo a linguagem utilizada na comunicação dos membros de determinada organização. Todavia, Berg e Upchurch(2007), aponta que um dos desafios que os etnógrafos enfrentam é composto pelo excesso de atividade e interações que eles testemunham, sendo assim eles devem aprender, a observar e ouvir com habilidade para após analisar com cautela.

Os estudos antropológicos mais tradicionais concentram a etnografia como uma prática de pesquisa, todavia, na visão de Crewe (2017 a, b), os estudos etnográficos são caracterizados por uma abordagem metodológica e teórica com a finalidade de estudar a fundo os mundos sociais, bem como descrever os produtos que fazem parte das descobertas do etnógrafo. Para a autora ao ser realizado um estudo etnográfico esse não requer de técnicas particulares da pesquisa, mas sim é principalmente baseado em um bom trabalho de campo, sendo que este tipo de estudo acarreta em um envolvimento prolongado com um grupo específico de pessoas para desvendar como elas agem, pensam, conversam e mantém relações entre si (CREWE, 2017a).

Nesse viés Ingold (2014), traz que a etnografia não é somente um trabalho de campo, envolve além do campo, busca descrever sobre as pessoas de uma maneira evocativa. Corroborando para este item, Crewe (2017a), salienta que a maioria dos etnógrafos depende principalmente de uma variabilidade de técnicas de pesquisa de abordagem qualitativa, as quais podem ser inclusas a observação participante, mesmo que os métodos quantitativos também sejam frequentemente empregados. Sendo assim, pode-se concluir que a etnografia pode ser vista como uma combinação de familiarização empática, que é constituída por observações de perto e uma profunda compreensão, entretanto pode cansar espanto, sondagem ativa e análise distante, o que poderá levar a situações que permaneçam o estranho a assuntos e situações do objeto que está em estudo (YBEMA, 2019).

O tópico a seguir traz as escolas antropológicas e sua influência no fazer etnográfico.

### **3 As escolas antropológicas e sua influência na etnografia**

Este tópico foi desenvolvido para discutir as escolas antropológicas e se a sua influência na etnografia. As escolas aqui descritas vêm a ser a escola inglesa americana, e pôr fim a francesa sociedade, busca-se com isso a caracterização de cada uma (CAVEDON, 2003; DIANTEILL; MOTTA, 2010),

Cabe destacar que a principal diferença entre as três principais vertentes da antropologia reside na perspectiva de que as antropologias britânicas (inglesa) e americana estão relacionadas ao entendimento do corpo humano e da mente humana, com um olhar para pensamentos e suas atitudes dos indivíduos. Já a antropologia francesa tem como foco a representação do ser humano no mundo e no ambiente em que está inserido. Essa escola tem uma relação próxima à filosofia. E a antropologia americana correlaciona-se por um tempo com a física e às relações concretas do corpo humano com o meio em que está inserido.

Sendo assim, a antropologia americana (culturalismo), está voltado a um impulso evolucionista de Morgan, e com caráter relativista ao mesmo tempo culturalista, oriundo de Franz Boas, nesse viés essa vertente preza pela valorização da diversidade cultural, na busca por observar os comportamentos dos indivíduos que estão inseridos dentro de um ambiente no qual convive e sobre qual cultura a sociedade deste ambiente está imposta (SILVA, 2001). Esta vertente foi a que cunhou a expressão “aculturação”, na busca de colocar em destaque os problemas sociais e as minorias culturais. “A cultura para Boas não é estática, está em constante processo de fluxo, seja por fatores internos ou externos, ele tenta entender uma cultura em si mesma e como interage com o meio externo, esses estudos particularistas vão além do relativismo” (CAVEDON, 2003, p. 31).

Por conseguinte, a antropologia britânica, sofreu influência em sua criação dos autores Bronislaw Malinowski e Alfred Radcliffe Brown, o primeiro autor está relacionado com estudos antievolucionistas, e o segundo, com questões voltadas a estrutura da sociedade, segundo os dois autores os estudos que envolvem a sociedade devem acontecer independente ao seu passo, pois deve ser observado o que está acontecendo no presente (FIGUEIREDO, 2010). Corroborando para este item, Cavedon (2003, p.38) dispôs de alguns objetivos principais desta escola os quais podem ser identificados na Quadro 2:

**Quadro 2:** Objetivos principais

a)	- O pesquisador deve ter objetivos realmente científicos e conhecer os valores e critérios da etnografia moderna
b)	- O pesquisador deve colocar-se em boas condições de trabalho, o que é obtido através da convivência entre os nativos e o isolamento com relação aos outros homens;
c)	- O pesquisador deve aplicar um certo número de métodos particulares para coletar, manipular e estabelecer seus dados.

**Fonte:** Cavedon (2003, p. 38)

Com relação a antropologia de origem francesa, conforme já citado anteriormente, ela se preocupa com as questões filosóficas e também sociológicas (GUSMAO, 2008). Após meados de 1930 ela começou a evoluir, fazendo com que aparecesse a etnografia francesa. Segundo Cavedon (2003, p.45) “a escola francesa poderia ser identificada pelas palavras significado/estruturas mentais”.

A escola francesa passou a ser estudada em questões que representavam os seres humanos. Podem ser identificadas na mitologia, religião, e seus efeitos históricos sobre os indivíduos, a literatura e a mentalidade dos indivíduos ao longo dos anos foram quesitos que influenciaram esse quadro, uma mudança importante acerca da antropologia francesa foi o que Lévi-Strauss chamou de renovação metodológica, foi um impulso do seguimento de Lévi acerca das teorias marxistas da sociedade (DIANTEILL, 2010). Para Lévi-Strauss, a cultura pode ser compreendida como um sistema simbólico, porém para entendê-los, necessário se faz relacioná-los com o sistema total ao qual estão atrelados (CAVEDON, 2003, p.45).

#### **4 Percorso Metodológico**

O presente estudo é de caráter descritivo/exploratório (CHURCHILL, 1979; SELTIZ *et al.*, 1959), com abordagem qualitativa. A estratégia de pesquisa adotada foi a documental com coleta de dados secundários da plataforma Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL®), uma base de dados de acesso a periódicos científicos da área da Administração. O estudo foi desenvolvido com enfoque em caracterizar a evolução do que diferentes autores tratam nos estudos etnográficos na área da administração, contemplando todos os anos de publicações disponíveis na SPELL.

A coleta de dados foi efetuada no dia 04 de setembro de 2019 e foram identificados 81 artigos a partir da busca realizada pela palavra “Etnografia” na aba resumos, considerando apenas artigos em português. Na sequência os 81 artigos encontrados foram avaliados individualmente, em termos de tema, resumo, referencial teórico, método, análise dos resultados, conclusão e por fim os referenciais utilizados, buscando entender o que está sendo estudado na área de administração acerca dos estudos etnográficos.

Sendo o objetivo da pesquisa analisar o que está sendo produzido na área da administração acerca dos estudos etnográficos. Para tal, foram coletados dados como: tipo de pesquisa, o título do artigo, onde estão os alocados os principais autores, sobre o que se trata o estudo, o local onde foi elaborada a pesquisa resumo e escolas antropológicas

que seguiram, as quais neste estudo são referenciadas pela Escola Funcionalista, Escola Francesa e Escola Inglesa.

A análise de dados foi realizada através de uma análise de conteúdo, conforme alguns pressupostos de Bardin (2004). A técnica foi escolhida a pelo entendimento que seria a mais adequada para a reflexão necessária sobre os documentos objeto do estudo. Em um primeiro momento definiu-se que as categorias seriam organizadas à priori, levando em consideração os elementos sobre os quais optou-se por coletar os dados e a base teórica do referencial que a apresenta as escolas antropológicas.

Bardin (2004) indica três fases essenciais na pesquisa: a Pré-análise, a análise descritiva e a interpretação inferencial. Como as categorias analíticas foram definidas à priori, na fase 1, da Pré-análise não foi necessário realizar a contagem de palavras em busca de repetições e destaques para descobrir as categorias iniciais. Assim, partiu-se das categorias realizando nos artigos a busca das informações que contemplariam já a fase 2, análise descritiva. Os dados foram separados, conforme já mencionado, em: tipo de pesquisa, o título do artigo, onde estão os alocados os principais autores, sobre o que se trata o estudo, o local onde foi elaborada a pesquisa resumo e escolas antropológicas que seguiram, as quais neste estudo são referenciadas pela Escola Funcionalista, Escola Francesa e Escola Inglesa.

Passando para a fase 2, foram organizadas as descrições das categorias, com informações sobre os artigos, apontando semelhanças e divergências entre as diferentes publicações; autores que mais apareciam; natureza do estudo; escolas seguidas; tipos de dados utilizados; organizações estudadas. Uma vez separados os dados nas categorias, identificados os que mais se destacavam, os com menos destaque, semelhanças e diferenças, passou-se para a fase 3, interpretação inferencial.

A fase de interpretação inferencial aparece no tópico quatro deste artigo, onde estão as reflexões e análises de resultados. Demonstrando o que foi possível verificar sobre os estudos antropológicos da área da Administração, publicados na plataforma SPELL. Na interpretação inferencial surgem as respostas ao objetivo da pesquisa e as reflexões dos autores a partir dos dados coletados, sendo também necessária uma reflexão à luz das teorias existentes, buscando também verificar se os estudos estão adequadamente conduzidos a partir das perspectivas etnográficas.

## 5 Análise dos dados

### 5.1 Análise dos estudos quanto a sua natureza

A partir do levantamento dos dados, foram encontrados 81 artigos submetidos a plataforma Spell durante o dia 04 de setembro de 2019 referentes ao período total da plataforma sem limites de anos. Entre os artigos selecionados, foram descartados artigos que não se adequavam ao tema e não estavam em língua portuguesa, devido aos critérios de seleção impostos pelos pesquisadores. Sendo assim a amostra total foi composta de 47 artigos, sendo todos de abordagem qualitativa devido ao método etnográfico utilizado. Esta listagem pode ser vista no Apêndice 1.

Ao verificar a abordagem dos artigos aqui analisados, quanto a sua natureza teórico ou empírica, foi visto que do total da amostra de 47 artigos, somente 12 são de natureza teórica e 35 artigos fazem a amostra da abordagem empírica, o que remete aos trabalhos técnicos na área da administração.

Cabe ainda ressaltar que somente um trabalho tem natureza teórica e empírica ao mesmo tempo, o qual abordou a Etnografia e a Grounded Theory na pesquisa do consumidor, o artigo tinha como objetivo traçado investigar a forma como os consumidores brasileiros oriundos das classes mais populares vivenciam suas experiências de consumo de produtos eletrônicos fazendo uma abordagem tanto na etnografia quanto na Grounded Theory (PINTO, 2014).

Quanto a coleta de dados dos artigos grandes partes utilizam como técnica de coletas de dados a observação participante que é fruto da etnografia, visto que está é vista como uma abordagem inspirada na etnografia sendo que nesta técnica de coleta de dados o observador busca ativamente participar das atividades na coleta de dados, sendo que o investigador tem que passar por fases de adaptação ao meio que está sendo investigado (PAWLOWSKI *et al.*, 2016).

A segunda técnica de coleta de dados mais utilizada nas pesquisas deste estudo na área etnográfica vem a ser as entrevistas, visto que essas possuem um grau de complementação nos estudos etnográficos para as observações, segundo Smith e Denton (2001), essas interações que são mais focadas remetem uma oportunidade para o investigador analisar de forma minuciosa o desenvolvimento das coisas, em comparação com a interpretação dos indivíduos que estiveram somente a ser observados, todavia este

tipo de coleta auxilia para obtenção de uma informação adicional e mais relevante para o estudo.

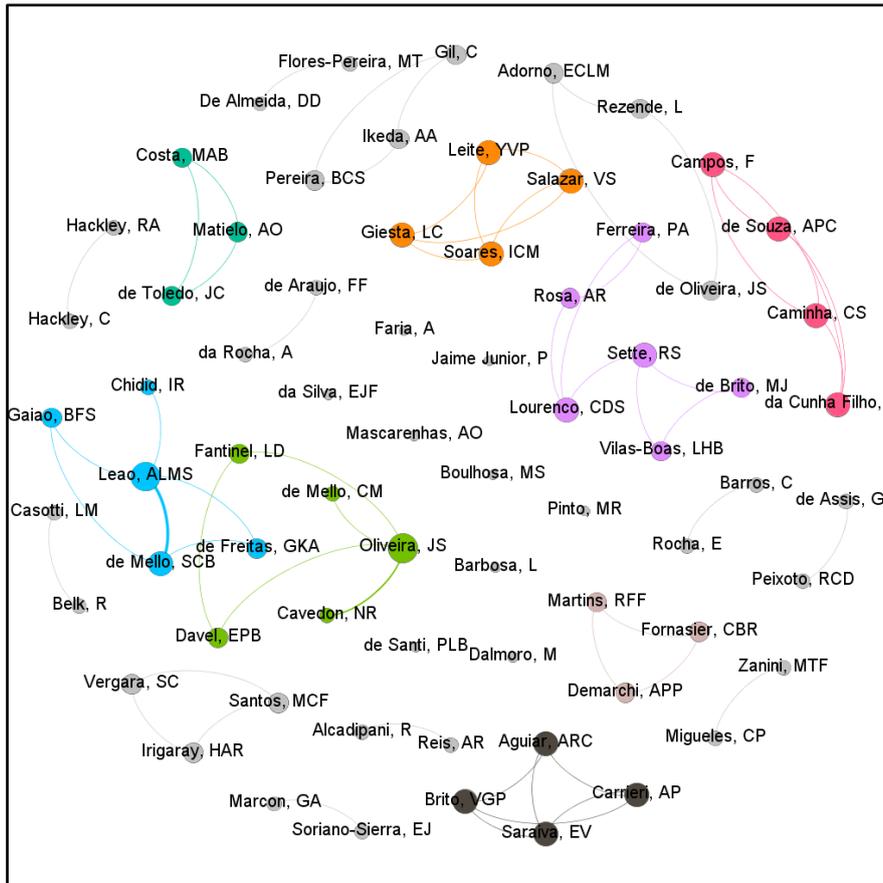
A terceira técnica de coletas de dados que mais teve frequência foi a análise de documentos, este fato pode ser evidenciado no que traz Cellard (2008), que o documento escrito agrega uma fonte importante para todo o pesquisador das ciências sociais, sendo que esta análise evidencia itens que reconstituem situações em qualquer dado período de tempo, o autor argumenta ainda que os documentos representam a totalidade de vestígios das atividades humanas.

Ao finalizar as análises sobre as técnicas de coletas de dados, é importante salientar que apenas um artigo utilizou como técnica juntamente da observação participante a aplicação de questionários com perguntas abertas sendo este o estudo de Cavedon (2010) intitulado: “De frente pro crime”: cultura organizacional e socialização dos peritos ingressantes no departamento de criminalística do instituto geral de perícias do Rio Grande do Sul. Outra técnica de coleta de dados que foi utilizada somente uma vez foi a utilização de dados secundários na pesquisa etnográfica que foi abordada por Faria (2003) com o artigo intitulado “Pesquisa em redes estratégicas: descobertas e reflexões etnográficas”.

## **5. 2 Análise Relativa aos autores**

De posse dos dados foi realizado levantamento sobre quais os pesquisadores mais produtivos na base de dados desta pesquisa. Os dados foram organizados no Software Gephi 0.9.2, para organizar as redes de coautoria e facilitar a visualização destes elementos. Como é possível perceber na Figura 1 este conjunto de autores se caracteriza por apresentar poucas conexões. Entre os 70 autores constituíram-se apenas 60 ligações. 14 artigos possuem apenas 1 autor. Os pesquisadores mais proeminentes são: André Luiz Maranhão de Souza Leão, que é coautor de 9 artigos e; Josiane Silva Oliveira, que participa de 6 trabalhos.

**Figura 1:** Rede de Autoria



**Fonte:** Elaborada pelos autores

As pesquisas de André Luiz Maranhão de Souza Leão versam sobre a utilização da etnografia no marketing. Mais especificamente buscam o entendimento do comportamento de compra de marcas por parte dos consumidores. Por sua vez, o trabalho de Josiane Silva Oliveira tem lugar na economia criativa, estudando por perspectivas a organização e cultura circenses.

### 5.3 Análise das Palavras-chave

Para compreender melhor as temáticas dos trabalhos os dados foram organizados para criar um mapa de calor, para este intento foi utilizado o software VOSviewer. Mapa de calor compreende todas as palavras-chave de todos os artigos analisados. Perfazendo um total de 124 diferentes expressões. Este mapa de calor pode ser visto na Figura 2.



Escola Americana (Culturalismo)	Método comparativo, busca de leis no desenvolvimento de uma cultura, relação entre cultura e personalidade;
Escola Francesa (Estruturalista)	Busca de regras estruturantes das culturas presentes na mente humana; Teoria do parentesco; Lógica do Mito.

**Fonte:** Elaborado pelos autores a partir de La Plantine (2003)

Para esta análise baseada do quadro 3, foi elaborada uma classificação, onde todos os artigos pesquisados neste estudo foram classificados, em nomenclaturas quanto ao seu lugar de localização e seu objeto de estudo, para identificar se estes se enquadravam em alguma escola antropológica foram lidos todos os artigos e enquadrado conforme as características dispostas no quadro 3.

Segundo a classificação, dos 47 artigos analisados da plataforma Spell, a maior parte dos artigos foram englobados no funcionalismo da Escola Inglesa, totalizando 19 artigos. Grande amostra desses artigos foram voltadas às pesquisas na área das ciências econômicas e sociais, com estudos caracterizados por fatores culturais e que englobam também o campo organizacional, no que diz respeito de que esta escola está caracterizada pela busca do trabalho no campo, acerca da cultura de um povo.

Quanto ao objeto de estudo destes artigos têm-se: Grupo de estudos musicais, o comportamento do consumidor, servidores públicos, tatuadores, vitivinicultoras, trabalhadores do mercado público, diferentes grupos sociais, vida cotidiana de um pesquisador, força especial policial, consumidores de baixa renda, artesãos da área gastronômica, e por fim estudos que não constavam de forma clara o seu objeto de estudo. Cabe ainda salientar nesta análise, que foi encontrado um objeto de estudo igual em mais de um artigo, este objeto foi identificado como “diferentes grupos sociais”.

Os artigos também foram classificados quanto a sua localização, pode-se então dizer que estes estudos foram localizados: no Palacete do Rio de Janeiro, no IGP RS (Instituto Geral de Perícias no Rio Grande do Sul), Estúdio Heráclito Tattoo Porto Alegre, na cidade de Bento Gonçalves que fica no estado do Rio Grande do Sul, no Mercado Público de Porto Alegre RS, no país Brasil como um todo, no estado do Rio Grande do Sul e Goiás como um todo, nesta classificação do mesmo modo da anterior, percebe-se uma grande quantidade de artigos que não especificaram o local onde ocorreu o estudo.

Por conseguinte, a segunda Escola que mais apareceu nos estudos etnográficos, foi a Escola Francesa, com um total de 17 artigos analisados, quanto ao objeto de estudo têm-se: bailarinas de uma escola de dança, peritos ingressantes de uma corporação, montadoras Europeias, circos, Cia de Ballet, e as demais classificações não foram especificadas de maneira clara nos artigos, o que pode ser visto de maneira prejudicial.

Diante da localidade do estudo a Escola Francesa apresentou estudos em: Cia de Ballet no Rio Grande do Sul, Local de vida de Crime contra a vida, no Brasil, na Inglaterra, no Canadá, e em Belo Horizonte, como os demais, houve artigos que não especificaram a localização do estudo.

Por fim, a escola Americana, foi caracterizada por um total de 11 artigos, sendo que estes quanto ao objeto de estudo foram: trabalhadores de uma organização, comunidade de uma favela, consumidores e marketing, filhos pré-adolescentes e familiares, jipeiros de uma cidade, comunidade que vive ao redor de uma organização, grupos de pesquisas em cultura empresarial, funcionários e proprietários de uma empresa varejista, e somente 3 artigos não especificaram o seu objeto de estudo.

Perante a localidade dos estudos da Escola Americana, podem ser identificados em: Reino Unido, Santarém Pará, Turma dos Lentos e Calmos – Brasil, Duque de Caxias - RS, Unicamp, Minas Gerais e no país Brasil como um todo.

## **6 Contribuições dos estudos e sugestões para trabalhos futuros**

Com relação a contribuição dos escritos eles se concentraram em duas vertentes. Aqueles que procuraram contribuir com o método etnográfico e aqueles que procuraram contribuir com diferentes teorias de forma geral na área de Administração. Optamos por trazer as contribuições específicas à etnografia.

Oliveira (2016) e Oliveira e Cavedon (2017) advogam para que se utilizem mais etnografias multissituadas, pois esta prática colabora no entendimento de processos em diferentes contextos culturais e em localidades dispersas.

Lourenço, Ferreira e Rosa (2008) e Pinto (2014) procuram conciliar as características da etnografia e da grounded theory. Conforme os autores a combinação de uma estratégia qualitativa de coleta de dados (etnografia) e uma metodologia de análise (grounded theory) pode colaborar com diversas áreas de pesquisa.

Davel, Fantinel e Oliveira (2019) preocupam-se em discutir eixos para orientar pesquisadores sobre como integrarem o audiovisual no processo etnográfico. Segundo os pesquisadores a integração pode acontecer de forma processual (periférica, o resultado da pesquisa ocorre na forma de texto: artigos, livros, capítulos de livro) ou integral (plena, o resultado da pesquisa ocorre na forma audiovisual: filmes etnográficos).

Considerando o futuro das pesquisas utilizando etnografia diferentes propostas foram realizadas pelos pesquisadores como sugestões para trabalhos futuros. Alcázar

e Rosa (2010) propõe que mais pesquisas sejam realizadas em organizações nacionais ou transnacionais buscando compreender como se dá a vivência de estrangeiros nestas organizações.

De Araújo e da Rocha (2016) comentam que estudos desta natureza podem ser realizados visando investigar a relação do consumo de lazer de diferentes faixas etárias. No que são acompanhados por Leão, Mello e Freitas (2011), quando estes asseveram que pesquisas que foquem em grupos (sub)culturais específicos podem fornecer um entendimento do comportamento destas comunidades.

Visando ampliar a utilização da etnografia em diferentes espaços Soares (2015) indica a realização de estudos em ambientes de jogos virtuais. Além disso, sugere-se investigar a visão e o papel dos empreendedores que disponibilizam produtos em espaços virtuais.

Almeida e Flores-Pereira (2013) defendem que se deve realizar mais estudos utilizando uma perspectiva corporificada da etnografia. Enquanto De Souza *et al.*, (2018) salientam que existe espaço para o desenvolvimento de mais trabalhos e pesquisas no campo de Design Etnográfico.

Oliveira e Cavedon (2017) acreditam que o método pode ser utilizado para facilitar o entendimento da produção e dos efeitos das heterotopias organizacionais na sociedade, especialmente dos processos organizativos que contam com mobilidades socioespaciais, como o trabalho móvel e uso das tecnologias digitais, além de diferentes organizações que se constituem como espaços à deriva, a exemplo de navios ou de projetos temporais de grandes eventos, como os fóruns mundiais itinerantes

## **7 Considerações finais**

Diante do estudo proposto, o objetivo deste artigo que foi o de analisar como são caracterizadas as pesquisas etnográficas em artigos em administração, foi alcançando, sendo assim a amostra de artigos analisados na Biblioteca eletrônica Spell foram de 47 artigos após as exclusões que pelas premissas que foram propostas pelos autores deste estudo.

Identificou-se que todos os estudos foram de caráter qualitativo, a técnica de coleta de dados mais utilizada nos estudos etnográficos em administração foi a observação participante, por conseguinte em segundo lugar a técnica que mais representou os estudos etnográficos em administração foi a entrevista e por fim em

terceiro lugar a análise de documentos foi um fator bem relevante neste estudo. Apenas um artigo utilizou como técnica juntamente da observação participante a aplicação de questionários com perguntas abertas sendo este o estudo de Cavedon (2010) intitulado: “De frente pro crime”: cultura organizacional e socialização dos peritos ingressantes no departamento de criminalística do instituto geral de perícias do Rio Grande do Sul.

Em relação a natureza dos artigos analisados 12 são de natureza teórico e 35 artigos fazem a amostra da abordagem empírica, o que remetem os trabalhos mais técnicos na área da administração, somente um trabalho que compôs está amostra possuía as duas naturezas.

Quando a classificação de acordo com a análise das escolas antropológicas, cabe ressaltar que a grande maioria dos estudos representam Escola Inglesa, devido ao fato destes estudos serem voltados as pesquisas na área das ciências econômicas e sociais, com estudos caracterizados por fatores culturais e que englobam também o campo organizacional, que foi ao encontro do que foi proposto no quadro 1. A escola Francesa foi composta de uma amostra de 17 artigos voltados a organizações como o IGP e uma Cia de dança, e por fim, a Escola Americana compôs a amostra com 11 artigos voltados a sociedade, ao comércio e a cultura de povos, que vai ao encontro do que é disposto no quadro 1.

Este trabalho começa com uma indagação em seu título: estudos etnográficos em administração no brasil: uma nova construção teórica? Após a leitura e discussão de todos os artigos que se utilizaram do método etnográfico disponível na plataforma SPELL (Scientific Periodicals Electronic Library) pode-se afiançar que as pesquisas brasileiras seguem padrões científicos rigorosos. E que o que é sendo escrito em território nacional se propõe não apenas a resolver problemas cotidianos, mas também expande o que conhecemos deste método e as teorias subjacentes.

Sugere-se para próximos trabalhos abranger um número maior de periódicos bem como periódicos internacionais, também se sugere um estudo quantitativo no que tange quem são os principais autores dos estudos etnográficos tanto em nível nacional ou internacional.

## Referências

ALCADIPANI, R.; ROSA, A. R. O pesquisador como o outro: uma leitura pós-colonial do “Borat” brasileiro. *RAE*, São Paulo, v. 50, n. 4, p. 371-382, out./dez. 2010.

ALMEIDA, D. D. de; FLORES-PEREIRA, M. T. As corporalidades do trabalho bailarino: entre a exigência extrema e o dançar com a alma. **Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, v. 17, n. 6, p. 720-738, dez. 2013.

ATKINSON, P.; HAMMERSLEY, M. Ethnography and Participant Observation. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (eds.). **The Sage Handbook of Qualitative Research**. California: Sage Publications, 1994. p. 249-261.

BARBOSA, L. Marketing Etnográfico: colocando a etnografia em seu devido lugar. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 43, n. 3, p. 100-105, jul. 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BERG, C. A.; UPCHURCH, R. A. developmental-contextual model of couples coping with chronic illness across the adult life span. **Psychological bulletin**, Washington, v. 133, n. 6, p. 920-954, nov. 2007.

BRANNAN, MJ; PEARSON, G; WORTHINGTON, F. Ethnographies of work and the work of ethnography. **Ethnography**, v. 8, n. 4, p. 395-402, 2007.

BREWER, N. T.; WEINSTEIN, N. D.; CUIE, C. L.; HERRINGTON, J. E. Risk perceptions and their relation to risk behavior. **Annals of behavioral medicine**, San Francisco, v. 27, n. 2, p. 125-130, apr. 2004.

CAVEDON, N. R. **Antropologia para administradores**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

CAVEDON, Neusa Rolita. " De frente pro crime": cultura organizacional e socialização dos peritos ingressantes no departamento de criminalística do instituto-geral de perícias do Rio Grande do Sul. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, p. 38-65, ago. 2010.

CELLARD, André et al. A análise documental. POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, Vozes, p. 2010-2013, 2008.

CHURCHILL, J. R. G. A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs. **Journal of marketing research**, Chicago, v. 16, n. 1, p. 64-73, feb. 1979.

CREWE, E. "Ethnography of parliament: finding culture and politics entangled in the commons and the lords", **Journal of Parliamentary Affairs**, London, v. 70, n. 1, p. 155-172, jan. 2017a.

CREWE, E. "Reading the runes: conflict, culture and 'evidence' in law-making in the UK, redescriptions: political thought", **Conceptual History and Feminist Theory**, Helsinki, v. 20, n. 1, p. 32-48, apr. 2017b.

DA MATTA, R. **Relativizando. Uma introdução à Antropologia Social**. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 1981.

DAVEL, E. P. B.; FANTINEL, L. D.; OLIVEIRA, J. S. de. Etnografia audiovisual: potenciais e desafios na pesquisa organizacional. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 26, n. 90, p. 579-606, jul./set. 2019.

DE ARAUJO, F. F.; DA ROCHA, A. Significados atribuídos ao lazer na terceira idade: observação participante em encontros musicais. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 38-55, maio./ago. 2016.

DE SOUZA, A. P. C. *et al.* Pesquisa Bibliográfica no Contexto Brasileiro sobre a Aplicação do Design Etnográfico como Forma de Potencializar Projetos de Design. **GESTÃO. Org**, Recife, v. 16, n. 7, p. 222-230, 2018.

DIANTEILL, E.; MOTTA, R. Depois de Lévi-Strauss: um olhar sobre a antropologia francesa contemporânea. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 11-38. 2010.

FARIA, A. Pesquisa em Redes Estratégicas: Descobertas e Reflexões Etnográficas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 11-23, mar. 2003.

FIGUEIREDO, R. É. D. Tendências e dilemas da antropologia norte-americana: sobre a história do Instituto de Antropologia Social da Smithsonian Institution e sua presença no Brasil. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 237-276, jan./jun. 2010.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

GUSMÃO, N. M. M. de. Antropologia, estudos culturais e educação: desafios da modernidade. **Pro-Posições**, Campinas, v. 19, n. 3, p. 47-82, dez. 2008.

INGOLD, T. "That's enough about ethnography." **HAU: Journal of Ethnographic Theory**, London, v. 4, n. 1, p. 383-395, Summer. 2014.

LEÃO, A. L. M. de S.; MELLO, S. C. B. de.; FREITAS, G. K. A. de. Usos das marcas para o alinhamento do "eu" (footing) em interações sociais. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 13, n. 38, p. 61-79, jan./mar. 2011.

LINSTEAD, S. The social anthropology of management. **British Journal of Management**, London, v. 8, n. 1, p. 85-98, mar. 1997.

LOURENÇO, C. D. da S.; FERREIRA, P. A.; ROSA, A. R. Etnografia e grounded theory na pesquisa de marketing de relacionamento no mercado consumidor: uma proposta metodológica. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 4, p. 99-124, maio./jun. 2008.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MALINOWSKI, B. **Argonauts of the Western Pacific: An Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea [1922/1994]**. 15 ed. Routledge: Taylor & Francis, 2013.

MASCARENHAS, A. O. Etnografia e Cultura Organizacional: uma Contribuição da Antropologia à Administração de Empresas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 88-94, abr. 2002.

OLIVEIRA, J. S. de; CAVEDON, N. R. Os circos contemporâneos como heterotopias organizacionais: Uma etnografia multissituada no contexto Brasil-Canadá. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 142-162, mar./abr. 2017.

OLIVEIRA, J. S. Práticas Organizativas e Emoções: Contribuições para as Pesquisas sobre Organizações Culturais. **Revista Interdisciplinar de gestão social**, Salvador, v. 5, n. 2, p. 51-68, maio./ago. 2016.

PAWLOSKI, C. S.; ANDERSEN, H. B.; TROELSEN, J.; SCHIPPERIJN, J. Children's physical activity behavior during school recess: A pilot study using GPS, accelerometer, participant observation, and go-along interview. **Plos One**, San Francisco, v. 11, n. 2, e0148786, feb. 2016.

PINTO, M. de R. Articulando a etnografia e a grounded theory na pesquisa do consumidor. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 397-424, maio./ago. 2014.

SELLTIZ, C. et al. **Research methods in social relations**. New York: Holt, Reinhart e Winston, 1959.

SILVA, G. F. da. **Do Multiculturalismo à Educação Intercultural**: Estudo dos Processos Identitários de Jovens da Escola Pública na Região de Porto Alegre. 2001. 386 páginas. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SMITH, C.; DENTON, M. **Methodological issues and challenges in the study of American youth and religion**. National Study of Youth and Religion. Department of Sociology: University of North Carolina. Chapel Hill. 2001. Available at <http://www.youthandreligion.org/docs/methods.pdf>. Acesso em: 28 de Agosto de 2019.

SOARES, I. C. M. *et al.* Experiência De Consumo Em Realidades Virtuais: Um Estudo De Caso Realizado no Second Life. **RAI Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 98-120, mar. 2015

TEDLOCK, B. Ethnography and ethnographic representation. In: DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. (Org.). **Handbook of qualitative research**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2000.

TURETA, C.; ALCADIPANI, R. Entre o observador e o integrante da escola de samba: os não-humanos e as transformações durante uma pesquisa de campo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 2, p. 209-227, abr./maio. 2011.

VAN MAANEN, J. **Tales of the field**: On writing ethnography. 2. ed. Chicago: University of Chicago Press, 2011.

VAN MANEN, M. Writing qualitatively, or the demands of writing. **Qualitative health research**, [S. l.], v. 16, n. 5, p. 713-722, may. 2006.

WATSON, T. J. Ethnography, reality, and truth: the vital need for studies of 'how things work in organizations and management. **Journal of Management studies**, Durhan, v. 48, n. 1, p. 202-217, 2011.

YANOW, D. Organizational ethnography and methodological angst: myths and challenges in the field. **Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal**, London, v. 4, n. 2, p. 186-199, ago. 2009.

YBEMA, S.; KAMSTEEG, F.; VELDHUIZEN, K. Sensitivity to situated positionings: Generating insight into organizational change. **Management learning**, London, v. 50, n. 2, p. 189-207, 2019.

**Recebido em:** 13 de setembro de 2021.

**Aceito em:** 22 de outubro de 2022.

**Apêndice 1 – Lista de artigos**

<b>Primeiro Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Revista</b>	<b>Data</b>
Pedro Jaime Junior	O Grupo de Pesquisa em Culturas Empresariais: notas etnográficas sobre um encontro de saberes	RAP	2001
André Ofenhejm Mascarenhas	Etnografia e cultura organizacional: uma contribuição da antropologia à administração de empresas	RAE	2002
Alexandre Faria	Pesquisa em redes estratégicas: descobertas e reflexões etnográficas	RAE	2003
Livia Barbosa	Marketing etnográfico: colocando a etnografia em seu devido lugar	RAE	2003
Luiz Henrique De Barros Villas-Boas	Perspectivas da antropologia no estudo do comportamento do consumidor: Contribuições para o desenvolvimento da teoria e pesquisa em marketing	REAd	2006
Everardo Rocha	Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor	RAE	2006
Ana Akemi Ikeda	Etnografia em marketing: uma discussão inicial	REAd	2006
Cléria Donizete Da Silva Lourenço	Etnografia e grounded theory na pesquisa de marketing de relacionamento no mercado consumidor: uma proposta metodológica	RAM	2008
André Luiz Maranhão De Souza Leão	Atividades Marcárias na Vida Cotidiana dos Consumidores: Descoberta de uma Nova Forma de se Pensar as Marcas?	RAC	2009
Rafael Alcadipani	O pesquisa dor como o outro: uma leitura pós-colonial do “borat ” brasileiro	RAE	2010
Neusa Rolita Cavedon	"De frente pro crime": cultura organizacional e socialização dos peritos ingressantes no departamento de criminalística do instituto-geral de perícias do Rio Grande do Sul	RAM	2010
Isis Rodrigues Chidid	Atividades de consumo como recursos da construção da identidade pré-adolescente em interações verbais	Organizações em contexto	2011
André Luiz Maranhão De Souza Leão	As funções da linguagem na significação das marcas: um estudo etnográfico	Administração em Diálogo	2011
André Luiz Maranhão De Souza Leão	Stigmata: como as marcas são usadas para marcar os consumidores	CADERNOS EBAPE. BR	2011
André Luiz Maranhão De Souza Leão	Usos das marcas para o alinhamento do “eu” (footing) em interações sociais	RBGN	2011
Ernani Viana Saraiva	Um “Pas de Deux” da Estratégia com a Arte: as Práticas do Grupo Corpo de Balé	RAC	2011
André Luiz Maranhão De Souza Leão	Marcas como reflexos de valores humanos	REGE	2012
Josiane Silva Oliveira	Micropolíticas das práticas cotidianas: etnografando uma organização circense	Forum	2013
Dóris De Almeida	As Corporalidades do Trabalho Bailarino: Entre a Exigência Extrema e o Dançar com a Alma	RAC	2013
Hélio Arthur Reis Irigaray	Responsabilidade social corporativa: um duplo olhar sobre a reduc	RAM	2013
Cléria Donizete Da Silva Lorenço	Relacionamentos de marketing em empresas varejistas: aspectos positivos e negativos	REMark	2013

Chen Yen-Tsang	Análise qualitativa das publicações nacionais e internacionais em etnografias em administração e estudos organizacionais	ADMINISTRAÇÃO: ENSINO E PESQUISA	2013
Josiane Silva Oliveira	Uma Abordagem Política das Práticas Cotidianas: um Estudo Etnográfico num Circo	RIGS	2013
Neusa Rolita Cavedon	A qualidade de vida no trabalho na área da Segurança Pública: uma perspectiva diacrônica das percepções olfativas e suas implicações na saúde dos servidores	Organizações e Sociedade	2014
Marcela Avelina Bataghin Costa	Metodologias e ferramentas para a gestão do pósdesenvolvimento de produtos: estudo de caso em multinacional fabricante de eletrodomésticos	Desafio On Line	2014
Cleuza Bittencourt Ribas Fornasier	Análise comparativa das competências dos gestores de design e gestores de organizações colaborativas familiares da vitivinicultura	Perspectivas em Gestão & Conhecimento	2014
André Luiz Maranhão De Souza Leão	Uso das Marcas na Vida Cotidiana como Busca por Distinção Social	Organizações em contexto	2014
Cléria Donizete Da Silva Lorenço	Cultura brasileira e marketing de relacionamento: um estudo etnográfico no varejo	REMark	2014
Marcelo De Rezende Pinto	Articulando a etnografia e a grounded theory na pesquisa do consumidor	REAd	2014
Russell Belk	Pesquisa etnográfica em marketing: passado, presente e futuros possíveis	REMARK	2014
Isadora Camila Marques Soares	Experiência de consumo em realidades virtuais: um estudo de caso realizado no second life	RAI	2015
Fabio Francisco De Araujo	Significados atribuídos ao lazer na terceira idade: observação participante em encontros musicais	PODIUM	2016
Marlon Dalmoro	Consumidor fora de estrada: uma análise da cultura de consumo off-road	Rev. Adm. UFSM	2016
Josiane Silva Oliveira	Práticas Organizativas e Emoções: Contribuições para as Pesquisas sobre Organizações Culturais	RIGS	2016
Josiane Silva Oliveira	As lógicas institucionais no campo organizacional circo contemporâneo: uma etnografia multissituada no contexto brasil-canadá	Revista Alcance	2016
Chris Hackley	Autoetnografia e experiência subjetiva em marketing e pesquisa do consumidor	RIMAR	2016
Marinete Silva Boulhosa	Festividade de São Sebastião, de Cachoeira do Arari: uma possibilidade para o desenvolvimento do turismo cultural na Ilha do Marajó, Brasil	Revista Hospitalidade	2017
Gabriela Almeida Marcon	Etnografia como estratégia investigativa da cultura organizacional para a sustentabilidade	Revista de Gestão Social e Ambiental	2017
Josiane Silva Oliveira	Os Circos Contemporâneos como Heterotopias Organizacionais: Uma Etnografia Multissituada no Contexto Brasil-Canadá	RAC	2017
Carmen Pires Migueles	Natureza volitiva da motivação e a criatividade cultural: uma investigação antropológica	CADERNOS EBAPE. BR	2018
Lara Rezende	Compreendendo o Corpo a partir das Práticas de Organização: Etnografia de uma Organização Artesanal	RECADM	2018
Pedro Luiz Ribeiro De Santi	A gestão de pessoas e as ciências humanas – discussão conceitual entre projeto de modernidade e “jeitinho brasileiro”	RECAPE	2018
Angélica Porto Cavalcanti De Souza	Pesquisa Bibliográfica no Contexto Brasileiro sobre a Aplicação do Design Etnográfico como Forma de Potencializar Projetos de Design	Revista Gestão.Org	2018

Josiane Silva Oliveira	As influências raciais na construção do campo etnográfico: um estudo multissituado no contexto brasil-canadá	Revista Organizações & Sociedade	2018
Elisângela De Jesus Furtado Da Silva	Racismo nas empresas: Até quando?	Farol	2019
Eduardo Paes Barreto Davel	Etnografia audiovisual: potenciais e desafios na pesquisa organizacional	Revista Organizações & Sociedade	2019
Giselle Castro De Assis	O turismo é uma dádiva? Uma “etnografia das trocas” e a oferta da experiência “chamada” Turismo de Base Comunitária em Anã/Santarém/Pará	RBTUR	2019