

**A AUTOETNOGRAFIA ENQUANTO MÉTODO DE PESQUISA NO CAMPO DA
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA LITERATURA
INTERNACIONAL**

KEYTERINE MILENA CUNHA DE MASCENA-BARROS

PROGRAMA DE POS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA UECE

CARLOS CESAR DE OLIVEIRA LACERDA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ (UECE)

A AUTOETNOGRAFIA ENQUANTO MÉTODO DE PESQUISA NO CAMPO DA ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA LITERATURA INTERNACIONAL

1. INTRODUÇÃO

Diferentes estudos discutem sobre os métodos e técnicas de pesquisa na seara da Administração, demonstrando os desafios da sua operacionalização e uma pluralidade de abordagens epistêmicas para investigar fenômenos organizacionais a partir de distintas lentes metodológicas (Cooper; Schindler, 2016; Saccol, 2009; Alves; Gonçalves, 2017; Serva; Jaime Júnior, 1995; Fonseca; Silva; Leite, 2018; Oliveira, 2023; Melo; Dourado, 2022; Brand; Faccin, 2015). Esses estudos iluminaram diferentes propostas de investigação para problematizar o estudo das organizações a partir de grupo de pessoas, dos processos, da sociedade e das estruturas, carregando o dilema das escolhas metodológicas a partir do objeto de estudo.

No entanto, ainda se observa muitas discussões sobre a multiplicidade das metodologias de pesquisa em Administração, como pode ser visto nos debates de eventos relevantes da área como os Seminários em Administração (SemeAd) e nos Encontros de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ) da ANPAD, por exemplo. Dessa forma, reconhece-se que a diversidade dos métodos de pesquisas em Administração se encontra em acelerado crescimento a partir da inserção de diferentes abordagens relacionadas às ciências sociais aplicadas. Assim, refletir sobre esses métodos se apresenta como uma oportunidade de expandir novas abordagens metodológicas por meio do olhar de novos objetos e novos problemas de pesquisa no sentido de adequá-los a partir do seu processo de teorização.

Uma dessas estratégias metodológicas qualitativas muito utilizada na área é a abordagem clássica da etnografia (Cavedon, 2014), ao focar as importantes especificações do método para reflexão do cotidiano a partir das experiências das pessoas nos seus distintos contextos (Oliveira; Figueiredo, 2021). De acordo com Santos, Ferreira e Cardoso (2020), a abordagem da etnografia originada da antropologia permite um contato mais intenso e próximo com as pessoas, possibilitando assim, um melhor entendimento da vida, do trabalho e das experiências dos grupos a partir da cultura de um povo e das práticas ali vivenciadas (Alcadipani; Rosa, 2010). Diante desse contexto, a autoetnografia já utilizada em diferentes áreas do conhecimento, embora escassa na seara da administração nos estudos brasileiros, se apresenta como uma variação da etnografia, possibilitando o reconhecimento do lugar de fala, da subjetividade e das emoções do pesquisador, unindo características de pesquisas narrativas, autobiografias e pesquisas artísticas em diferentes contextos (Cooper; Lilyea, 2022).

A autoetnografia pode ser conceituada a partir da construção etimológica da palavra: “auto-etno-grafia”. O termo auto, originado do grego *self*, se refere às experiências pessoais do pesquisador, que se tornam seu campo de pesquisa, a partir de seu próprio ponto de vista. O termo “etno”, do grego *ethnos*, significa nação no sentido cultural, referindo-se à experiência cultural vivenciada pelo pesquisador, evidenciando sua construção social. E o termo “grafia”, do grego *grapho*, se refere à escrita, quando o pesquisador descreve e analisa as circunstâncias destacadas para investigação, utilizando-se de recursos criativos (Ellis, 2004; Holman Jones, 2005; Ellis, Adams, Bochner, 2010; Canagarajah, 2012; Santos, 2017; Paiva, 2019; Andrade et al., 2022; Versiani, 2022). Segundo Reed-Danahay (1997), o pesquisador autoetnógrafo, durante a construção de sua pesquisa, pode variar sua ênfase em si mesmo (auto) ou nos aspectos culturais de sua experiência (etno) ou no aspecto processual da pesquisa (grafia), utilizando recursos de escrita não usuais para atrair a atenção do leitor (Reed-Danahay, 1997; Holt, 2003; Paiva, 2019).

Na autoetnografia, o pesquisador se utiliza de princípios de autobiografia e de etnografia, fazendo do método o processo e o produto simultaneamente (Ellis, 2004; Holman

Jones, 2005; Ellis, Adams, Bochner, 2010). Araújo e Davel (2023) afirmam que a autoetnografia pode ser uma abordagem metodológica ou um gênero estilístico de pesquisa. Ellis, Adams e Bochner (2010) afirmam que a autoetnografia pode ser rigorosa, teórica e analítica, mas também emocional e terapêutica, descrevendo os fenômenos pessoais e sociais com recursos estéticos criativos. Para Tullis (2013) ela pode variar entre uma construção artisticamente fluida e uma muito estruturada e analítica, atendendo, cada uma a seu modo, ao campo cultural estudado e à literatura acadêmica (Ellis, Adams, Bochner, 2010; Tullis, 2013; Araújo, Davel; 2023). Santos (2017) resume o conceito de autoetnografia como um método de pesquisa que descreve e critica fenômenos culturais a partir da investigação de experiências pessoais do pesquisador, reconhecendo e valorizando seu lugar de fala e sua relação com o outro, objetivando uma profunda reflexividade para provocar a compreensão do fenômeno em estudo.

Dessa maneira e diante do exposto, nosso objetivo neste trabalho foi traçar um panorama sobre o uso da autoetnografia, enquanto método de pesquisa, no campo da Administração. Ao realizar uma busca pelo termo “autoetnografia” na base de dados da SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*), considerada principal base de disseminação da produção científica brasileira no contexto da administração, obteve-se o resultado de apenas 10 artigos, considerando título, resumo e palavras-chave. Considerando esse baixo resultado e objetivando traçar um panorama mais amplo sobre o uso da autoetnografia, foi realizado um estudo bibliométrico da literatura internacional pertinente utilizando a base de dados da *Web of Science* (WoS). Na área das ciências sociais aplicadas, a bibliometria tem o objetivo de traçar um panorama de estudos com foco em analisar a produção de artigos, mapeando as instituições e identificando os principais pesquisadores em um determinado campo do saber (Chueke; Amatucci, 2016; Favaretto; Francisco, 2017). Assim, esperamos contribuir com o debate que envolve as diferentes metodologias de pesquisa em Administração, lançando luz sobre um método ainda pouco discutido na área, sobretudo no Brasil, considerando o potencial da estratégia da autoetnografia no estudo das organizações.

O presente trabalho está estruturado da seguinte forma: além dessa introdução, apresenta-se o referencial teórico com foco na autoetnografia, a metodologia utilizada, a análise e discussão dos resultados, as considerações finais e referências utilizadas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A Autoetnografia enquanto abordagem metodológica

A autoetnografia é um método que reconhece o lugar de fala, a subjetividade e as emoções do pesquisador, garantindo maior legitimidade e validação ao conhecimento (Ellis et al., 2011). Para Cooper e Lilyea (2022) é um método único de pesquisa qualitativa que une características de pesquisas narrativas, autobiografias, etnografias e pesquisas artísticas. Araújo e Davel (2023) afirmam que a autoetnografia não estuda apenas o pesquisador, mas o fenômeno cultural por ele representado, construindo um conhecimento que pode ser melhor acessado por suas vivências e que também atenda a uma esfera maior da sociedade. Conforme os autores, o pesquisador se torna ferramenta para a construção do conhecimento coletivo, considerando que ele tem acesso natural e é um participante ativo do contexto em estudo. Segundo Chang (2008), o pesquisador é uma unidade da cultura e pode ser um ponto de partida para a aquisição e transmissão cultural. A compreensão da relação entre o eu e os outros é de suma importância para o estudo autoetnográfico (Chang, 2008; Ellis, Adams, Bochner, 2010; Ellis et al., 2011; Araújo, Davel; 2023; Cooper, Lilyea; 2022).

Conforme Ellis, Adams e Bochner (2010), durante o processo de pesquisa o autoetnógrafo pode entrevistar outras pessoas, consultar documentos como fotografias, diários e vídeos, que o ajudem a recordar e descrever com mais precisão o fenômeno em estudo. Ele também pode considerar a maneira que outros indivíduos experimentaram o mesmo fenômeno,

bem como analisar artefatos culturais relevantes. Quanto maior o comprometimento e significado cultural da experiência estudada, ocorrerá mais identificação com os leitores, convidando-os a refletir e compreender o fenômeno. Para os autores, a autoetnografia pode ser rigorosa, teórica e analítica, mas também emocional e terapêutica, escrita com recursos estéticos criativos (Ellis, 2004; Ellis, Adams, Bochner, 2010).

Chang (2008) afirma que a autoetnografia se equilibra em um “modelo triádico”. As três partes desse modelo seriam a metodologia, a cultura e o conteúdo. A orientação metodológica é baseada nos princípios etnográficos; a orientação cultural é baseada na interpretação da experiência vivida, da relação entre o eu e os outros da pesquisa e do fenômeno social em contexto; e a orientação do conteúdo é baseada na autobiografia (Chang, 2008; Santos, 2017).

Quanto ao processo de elaboração e escrita do relato etnográfico, Carolyn Ellis explica que começa com a própria vida pessoal; prestando atenção aos seus sentimentos, pensamentos e emoções. A autora afirma que usa o que chama de “introspecção sociológica sistemática” e suas recordações emocionais para compreender como pesquisadora a experiência que viveu; só então ela escreve como uma história, com o objetivo de, a partir de sua vida particular, compreender um modo de vida, com seus aspectos sociais e culturais (Ellis, Bochner; 2000; Santos, 2017; Paiva, 2019).

Embora a autoetnografia guarde muitos princípios da autobiografia e da etnografia, existem algumas diferenças que é importante ressaltar. Para a autobiografia, as experiências e vivências são o objetivo fim da escrita, para a autoetnografia elas são o meio de exame e compreensão de um fenômeno cultural, o objetivo é alcançar um público mais amplo e diverso e provocar crítica e reflexão (Santos, 2017; Araujo, Davel; 2018; Paiva, 2019). Apesar da autoetnografia ser considerada da família das etnografias, a principal característica que as difere é o estranhamento. Na etnografia, o pesquisador é estranho ao campo de pesquisa, enquanto que na autoetnografia, o pesquisador faz parte do ambiente investigado. Essa diferença guarda um desafio e uma vantagem, o pesquisador autoetnógrafo deve se desafiar a exercer o estranhamento para alcançar a reflexividade que o método exige, uma forma de realizar esse exercício é a condução de entrevistas com pessoas ligadas ao fenômeno e a consulta de documentos e materiais diversos. A vantagem do autoetnógrafo é que ele “tem acesso a um conhecimento privilegiado, familiar e naturalizado, o que pode tornar a pesquisa mais rica, densa e aprofundada” (Araujo, Davel; 2018; p.195). A autoetnografia enfatiza as singularidades de cada pesquisador/autor e o localiza culturalmente (Araujo, Davel; 2018; Versiani, 2022).

Destaca-se na autoetnografia a importância da narrativa pessoal e das experiências do pesquisador, ressaltando o reconhecimento e a inclusão do seu lugar de fala e de sua influência nas escolhas e decisões na pesquisa, possibilitando um caráter subjetivo, político, reflexivo e transformador (Reed-Danahay, 1997; Santos, 2017).

Santos (2017) afirma que o termo autoetnografia foi usado pela primeira vez no campo da Antropologia pelo autor David M. Hayano, que havia escutado o termo em 1966 do Sir Raymond Firth em um seminário sobre estruturalismo na *London School of Economics* (Hayano, 1979; Santos, 2017; Takaki, 2020).

Na década de 1980, observou-se uma crise de confiança nas metodologias utilizadas, com críticas ao excesso de impessoalidade e distanciamento do pesquisador, este movimento ficou conhecido como crise de representação. Temas ligados à representatividade, identidade, ética e política passaram a ganhar destaque, fenômenos complexos, únicos, cheios de sentido que exigiam novas relações entre autor, público e texto. Passou-se a questionar as habilidades dos pesquisadores para representar outras culturas. Autores das áreas de sociologia, antropologia, comunicação e estudos de gênero passaram a escrever e defender estudos com narrativas pessoais que evidenciassem a subjetividade e a reflexividade, mas ainda não usavam o termo autoetnografia. O método ganhou ênfase na década de 1990, quando podemos citar a

autora Carolyn Ellis como destaque no uso e na conceituação da autoetnografia (Ellis, Adams, Bochner, 2010; Santos, 2017; Araujo, Davel; 2018; Paiva, 2019).

Santos (2017) evidencia a publicação da segunda e terceira edições do *Handbook of Qualitative Research* (Manual de Pesquisa Qualitativa) entre os anos 2000 e 2010 que contém estudos sobre “a etnografia pessoal, experiência pessoal, narrativa pessoal, escrita pessoal, autobiografia e reflexividade” (Adams; Ellis; Jones, 2015, p. 18), e capítulos sobre a autoetnografia, escritos por Carolyn Ellis, Arthur P. Bochner e Stacy Holman Jones. Em 2005, Norman Denzin iniciou uma conferência anual ressaltando a reflexividade e a experiência pessoal na investigação, o *International Congress of Qualitative Inquiry* (Congresso Internacional de Pesquisa Qualitativa) (Adams; Ellis; Jones, 2015; Santos, 2017).

Nos últimos anos, a utilização da autoetnografia tem se expandido e se legitimado em diversas áreas do conhecimento como antropologia, arte e design, negócios, comunicação, criminologia, educação, geografia, enfermagem, psicologia, serviço social e sociologia. Os temas abordados são os mais diversos como identidades culturais, gênero, sexualidades, gestão de pessoas, educação, ensino e aprendizagem, gestão da cultura, artes, mercado, empreendedorismo, liderança, políticas públicas, códigos de ética, autismo, motivação no trabalho, consumo alimentar. Segundo Araujo e Davel (2018) os temas abordados na área da Administração são relações de trabalho, gestão e profissionalismo na academia, identidade no ambiente de trabalho, ensino, gênero, doenças e espiritualidade (Santos, 2017; Araujo, Davel; 2018).

2.2. Vantagens da autoetnografia

A experiência de vida do pesquisador, seja familiar ou profissional, são fontes de pesquisa importantes e oportunas (Rambo, 1995). A intimidade com o campo de pesquisa torna-se uma grande vantagem para o pesquisador autoetnógrafo (Araújo, Davel; 2023). Alvesson (2003) afirma que os processos de construção e análise de dados são mais produtivos, adquirindo mais agilidade e fluidez.

A autoetnografia inclui um caráter terapêutico, escrever pode ajudar a dar sentido ao próprio autor e às suas experiências, a aliviar a carga mental e/ou emocional e a questionar convenções e crenças estabelecidas (Ellis, Adams, Bochner, 2010; Araújo, Davel; 2023). Esse tipo de relato pode ser agradável e atraente ao público, pois provoca envolvimento pessoal, suscita empatia e identificação (Chang, 2008; Ellis et al., 2011).

Uma pesquisa autoetnográfica expande a visão de mundo, expondo outras maneiras de ver, saber e sentir, dando voz e protagonismo a quem estava silenciado. Nesse exercício busca-se melhorar as relações, fomentar a autorresponsabilidade, criar consciência e promover trocas culturais. O autoetnógrafo ao validar sua própria experiência permite que os leitores também se sintam validados e possam refletir a partir da identificação estabelecida com a experiência documentada (Ellis, Adams, Bochner, 2010).

A autoetnografia reconhece e envolve subjetividade, emotividade e perspectiva do pesquisador, ampliando o entendimento das questões estudadas e tornando-as mais significativas e úteis (Santos, 2017). Araújo e Davel (2023) destacam uma vantagem particular na área da Administração, onde muitos pesquisadores são gestores ou profissionais com experiência organizacional vasta e profunda, o que faz de suas próprias experiências um rico campo de pesquisa, com a oportunidade de acessar fenômenos complexos e particulares que um estranho não poderia. O pesquisador autoetnógrafo ao engajar-se como observador ativo de seu ambiente passa a refletir sobre e questionar as práticas sociais, as relações de poder e o funcionamento do contexto sócio-histórico em que está inserido (Takaki, 2020)

Adams, Ellis e Jones (2015, p. 1,2,36) descrevem uma pequena lista sobre as vantagens/benefícios/oportunidades propiciadas pela realização do método da autoetnografia:

- i) Realizar uma crítica mais contundente;

- ii) Fazer contribuições e/ou estender a teoria existente;
- iii) Abraçar a vulnerabilidade como uma maneira de compreender as emoções e melhorar a vida social;
- iv) Interromper tabus, quebrar silêncios e recuperar vozes perdidas e desconsideradas;
- v) Tornar a pesquisa acessível a diversos públicos;
- vi) Utilizar a experiência pessoal do pesquisador para descrever e criticar crenças, práticas e experiências culturais;
- vii) Reconhecer e valorizar os relacionamentos do pesquisador com outras pessoas;
- viii) Utilizar autorreflexão profunda e cuidadosa (reflexividade) para questionar a si mesmo e a sociedade, o particular e o geral, o pessoal e o político;
- ix) Demonstrar o processo de descobrir o que fazer, como viver e o significado de suas lutas;
- x) Equilibrar rigor intelectual e metodológico, emoção e criatividade;
- xi) Se esforçar por justiça social e por tornar a vida melhor. (Adams; Jones; Ellis, 2015; Paiva, 2019; Takaki, 2020).

Considerando esses aspectos mencionados por Adams et al., (2015), pode-se afirmar juntamente com Cooper e Lilyea (2022) que a autoetnografia preenche uma lacuna que as metodologias tradicionais de pesquisa não podem cobrir.

2.3. Desafios da autoetnografia

A partir do estudo de Araújo e Davel (2023, p.200) pode-se listar os principais desafios que o pesquisador enfrenta durante o processo autoetnográfico, seja na condução dos processos de pesquisa ou na avaliação de pares, e nas ações mitigadoras que os autores sugerem:

- i) Narcisismo exacerbado, foco excessivo no universo particular do pesquisador.

Ação: as vivências do pesquisador devem estar concatenadas com o ambiente no qual está inserido. Torna-se necessário aplicar certo controle à própria subjetividade, demandando cuidados especiais para mostrar que a junção de idiosincrasias pessoais e ciência tem muito a contribuir para o avanço do conhecimento.

- ii) Narrativa inocente, foco na narrativa das suas experiências, distanciada de uma análise, caracteriza mais uma autobiografia ao invés de uma autoetnografia.

Ação: as vivências pessoais do pesquisador demandam uma análise em relação ao seu contexto, a própria exposição deve trazer claras contribuições ao argumento da pesquisa, que não deve se desfazer dos seus propósitos, se afastando de uma investigação sobre o campo e tornando-se uma investigação sobre si próprio com notas discretas sobre o campo.

- iii) Envolvimento antiético, negligência de padrões éticos em relação a outros.

Ação: por ser autor e informante, o pesquisador tem sua história pessoal ligada a outras histórias que requerem cuidados éticos ao serem transmitidas.

- iv) Equívoco Categórico, aplicação inadequada do rótulo "autoetnografia".

Ação: é importante que o pesquisador fundamente sua abordagem metodológica, indicando sobre qual teoria está apoiado. Isso evitará dúvidas e questionamentos que venham a descreditar a pesquisa.

- v) Estranhamento empobrecido, as recordações podem ser eletivas e auto censoras, falta ao pesquisador distanciamento suficiente para garantir o estranhamento, tudo lhe é muito natural e familiar.

Ação: os autoetnógrafos precisam apoiar seus argumentos em dados. Podem, inclusive, complementar os dados da memória com dados de fontes externas, como entrevistas, documentos e artefatos.

Tullis (2013) ressalta que a autoetnografia, depois de publicada, está acessível para o escrutínio e exame alheios. Não há como controlar quem terá acesso ao conteúdo e como o mesmo será recebido ou interpretado. Por um lado, a publicação da autoetnografia pode ser

estimulante e gratificante, por outro lado, podem haver críticas, inclusive realizadas em público, que podem afetar o pesquisador/autor de forma pessoal e profissional. A autora previne os pesquisadores autoetnógrafos destas possibilidades e aconselha que antecipem possíveis críticas e questionamentos que podem surgir (Tullis, 2013).

Araújo e Davel (2023) afirmam que no campo da Administração, a autoetnografia é pouco utilizada e raramente proposta como método legítimo, adequado e eficaz de pesquisa. Muitos pesquisadores que desconhecem as diversas correntes autoetnográficas consideram o método demasiadamente subjetivo, desqualificando ou reduzindo os seus resultados.

2.4. Reflexividade e ética na autoetnografia

Os autores Preissle e DeMarrais (2015) afirmam que a reflexividade deve ser uma prática no estudo e documentação do pesquisador autoetnógrafo, é essa prática que permite ao pesquisador desenvolver a si mesmo na construção dos dados com equilíbrio, inclusão, imparcialidade e compatibilidade com os objetivos da pesquisa. Segundo os autores, ser reflexivo é ser consciente de si mesmo, é relembrar as experiências de vida e compreender também como elas eram percebidas pelos outros, essa conduta ajuda o pesquisador a não focar apenas em si mesmo, mas também nos outros que compartilham o contexto em estudo. Algumas maneiras de conhecer a própria pesquisa é compará-la com outras, refletir sobre o que a faz diferente e relevante em comparação com os estudos já publicados, assumir a própria vulnerabilidade ao reconhecer o que se ignora e aceitar críticas (Preissle, DeMarrais; 2015).

Rambo (1995) explica que na escrita reflexiva, o pesquisador codifica a si mesmo, edita, interage, julga e reescreve como uma resposta reflexiva dessa interação, dos diálogos internos do pesquisador/autor. Tullis (2013) afirma que ser um pesquisador reflexivo é envolver seus sentimentos e pensamentos no registro da análise e interpretação das entrevistas e dos dados observados e/ou construídos. Santos (2017, p.216) ressalta que “a reflexividade impõe a constante conscientização, avaliação e reavaliação feita pelo pesquisador” durante o processo de construção de sua pesquisa e também dos resultados alcançados. Segundo o autor, a reflexividade na autoetnografia é complexa e expressa a consciência da conexão indivisível do pesquisador com o fenômeno social estudado. Takaki (2020) evidencia que a reflexividade deve ser engajada com as visões dos outros envolvidos no contexto da pesquisa, reconhecendo as diferenças e tensões existentes, promovendo uma expressão cultural e sensível nos processos de construção de dados (Rambo, 1995; Tullis, 2013; Santos, 2017; Takaki, 2020).

Christians (2005) afirma que o código de ética de uma pesquisa deve conter consentimento informado, proibição de defraudar, privacidade, confidencialidade e exatidão. Estes princípios também são aplicáveis às pesquisas autoetnográficas. Na pesquisa autoetnográfica, o pesquisador/autor é conhecido do público e conseqüentemente expõe a identidade daqueles que convivem consigo e serão caracterizados na pesquisa, sendo assim, o pesquisador deve proteger a identidade dos participantes da pesquisa e manter a confidencialidade das informações, conduta que pode ser alcançada com o uso de pseudônimos, com alterações de idade, raça ou sexo do participante ou ainda de tempo ou espaço do evento, contanto que não interfira nos objetivos da pesquisa (Christians, 2005; Santos, 2017; Cooper, Lilyea; 2022).

A autora Jillian Tullis em seu artigo *Self and others: Ethics in autoethnographic research* (2013) abrange muitos aspectos da ética na pesquisa autoetnográfica. Segundo a autora, o pesquisador autoetnógrafo ao usar sua própria experiência de vida, terá registros permanentes de seus próprios sentimentos e pensamentos, bem como das relações e contextos expostos na pesquisa. Essa circunstância requer um compromisso ético complexo e relacional. Tullis (2013, p.18,19) lista seis critérios para garantir uma autoetnografia ética:

- i) Não causar dano a si mesmo nem a outros;
- ii) Consultar o conselho de ética da instituição;

- iii) Obter consentimento dos participantes;
- iv) Revisão dos participantes;
- v) Não publicar informações que não foram revisadas pelos participantes;
- vi) Não subestimar a vida posterior da publicação. A reação do público pode mudar com o passar do tempo.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em função do objetivo proposto, a abordagem metodológica da pesquisa foi quantitativa, por meio de uma bibliometria, de natureza exploratória e descritiva. Exploratória porque mapeia a produção científica sobre autoetnografia, e descritiva porque descreve as principais características da produção explorada (Serapioni, 2000). O mapeamento da produção científica é essencial para o reconhecimento da atuação da comunidade científica, sendo realizada por meio da aplicação de diversos indicadores bibliométricos (Pritchard, 1969; Vanti, 2002; Costa et al., 2012).

A bibliometria é uma técnica que visa medir índices de produção e disseminação do conhecimento científico, utilizando uma abordagem quantitativa que analisa dados bibliográficos como ano de publicação, periódicos, autores, dentre outros (Fonseca, 1986; Araújo, 2006; Favaretto; Francisco, 2017; Pimenta et al., 2017; Chueke; Amatucci, 2016).

A coleta das informações utilizadas nesta pesquisa foi feita por meio de um mapeamento da literatura internacional na base de dados da *Web of Science* (WoS). Esta base foi escolhida por ser uma das principais fontes de informação para pesquisa em bases de dados acadêmicos (Aria; Cuccurullo, 2017), como também “[...] um dos bancos de dados mais abrangentes de periódicos revisados por pares em Ciências Sociais” (Crossan; Apaydin, 2010, p. 1157), e possuir conteúdo bem reconhecido e considerado relevante pelos pares (Scaringella e Radziwon, 2017; Stocker et al., 2019).

Para o tratamento e visualização dos dados coletados, utilizou-se o Excel e o pacote Bibliometrix no RStudio. A operacionalização foi executada com a exportação dos dados bibliográficos no formato de arquivo BibTeX (.bib). Em seguida, os dados foram carregados no ambiente RStudio para dar suporte à inicialização do aplicativo Biblioshiny, ferramenta de pesquisa relacionada à bibliometria que possui um grande número de funcionalidades, análises e gráficos. Tabelas, gráficos e figuras foram elaborados para auxiliar a demonstração e interpretação dos resultados encontrados (Aria; Cuccurullo, 2017; Moral-Muñoz et al., 2020; Moreira; Guimarães; Tsunoda, 2020; Silva; Correia; Oliveira, 2022).

Os dados foram coletados na base WoS, no dia 07 de junho de 2024. A busca pelos periódicos foi realizada com o termo “*autoethnography*” no campo de pesquisa tópico (título, resumo e palavras-chave), sem delimitação temporal, abrangendo todos os anos contidos na base de dados até o ano 2024, resultando em 3.657 documentos no primeiro momento. Optou-se pelo idioma inglês, considerando este o idioma utilizado pela comunidade científica que busca comunicar suas pesquisas à comunidade global, resultando em maior acessibilidade e status da língua no campo da pesquisa (Di Bitetti; Ferreras, 2017; Ferreira, 2017; Melo; Demo; Caneppele, 2023).

Em seguida, realizou-se um filtro com base nas áreas do conhecimento, no intuito de incluir apenas a literatura de gestão, selecionou-se as categorias “*Management e Business*”, ficando 268 documentos. E, para adequação final do *corpus*, realizou-se um filtro de tipo de documento, com objetivo de selecionar apenas artigos científicos. Sendo assim, a amostra final da pesquisa totalizou 236 artigos nas categorias “*Management e Business*”. Os critérios de inclusão e exclusão realizados por meio dos filtros da base de dados são fundamentais para a delimitação de uma amostra adequada, conforme os objetivos do estudo (Di Vaio et al., 2021; Forliano; De Bernardi; Yahiaoui, 2021). Adicionalmente, para fins de refinamento na análise

das tendências e itinerários metodológicos, foram selecionados os artigos publicados em periódicos que estão classificados na lista ABS como 4 ou 4*.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

No levantamento inicial realizado na base de dados *Web of Science* (WoS), foram identificados 3.657 documentos com o termo “*autoethnography*” presente no título, resumo e/ou palavras-chave. A primeira publicação foi a única no ano de 1990, em 2023 foram publicados 511 documentos e até junho de 2024 foram publicados 235 documentos na temática da autoetnografia. Todos os documentos identificados estão categorizados conforme demonstrado na Figura 1, com destaque para as categorias de *Social Sciences Interdisciplinary* com 844 documentos, que representa 23% do total, em segundo lugar a categoria *Education Educational Research* com 727 documentos, que representa 20% do total, e em terceiro lugar a categoria *Sociology* com 295 documentos, que representa 8% do total.

Figura 1: Categorias da *Web of Science*.

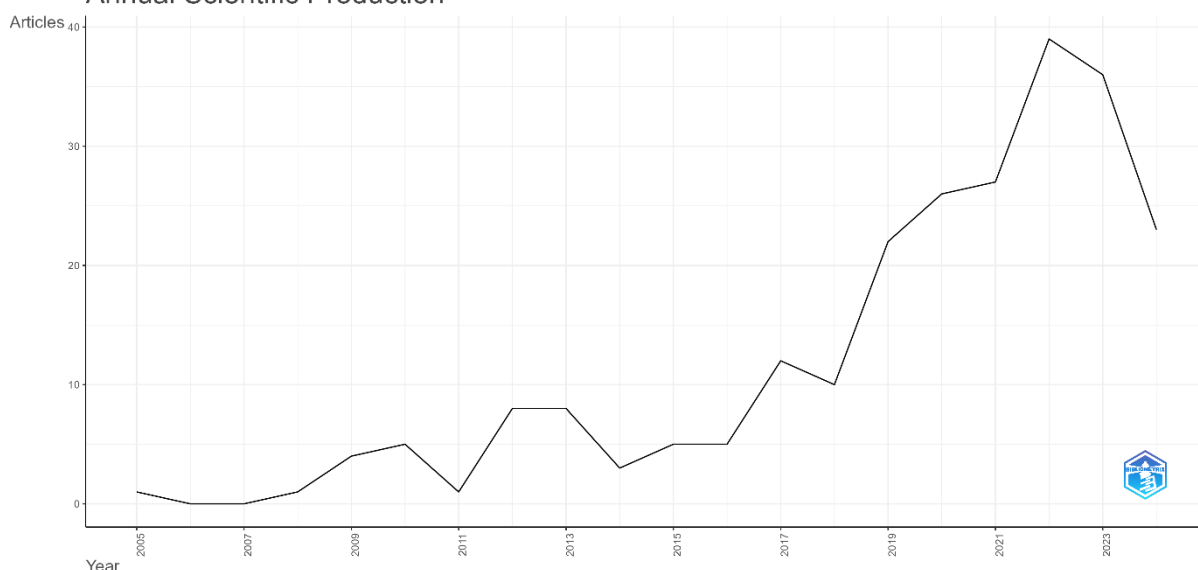


Fonte: Dados da pesquisa (2024).

As categorias selecionadas como foco desta pesquisa foram “*Management e Business*”, com 268 documentos, que representa 7% do total e se apresenta como a quarta maior área com publicações em autoetnografia. Após a aplicação do filtro de tipo de publicação, ficaram selecionados 236 artigos, que compõem o corpus final da pesquisa. Este *corpus* concentra-se em um total de 77 periódicos, com 2.064 palavras-chave, escrito por 509 autores, aproximando-se de 0,464 artigos por autor e 2,2 autores por artigo.

A produção científica nas categorias “*Management e Business*” se iniciou no ano de 2005, com a publicação de apenas 1 artigo. O próximo artigo a ser publicado no tema seria em 2008, único do ano também. A partir do ano seguinte, o tema passa a apresentar um pequeno crescimento até o ano de 2016, com uma média de 4,8 publicações por ano. Nos anos de 2017 e 2018, observa-se um crescimento maior do tema com 12 e 10 publicações, respectivamente. Em seguida, observa-se um crescimento expressivo com 22 publicações no ano de 2019, chegando a 36 artigos em 2023, apresentando uma média de 30 publicações por ano entre o período de 2019 a 2023. Até o mês de junho de 2024 foram publicados 23 artigos no tema, o que representa 64% da publicação do ano anterior, indicando continuidade dessa linha de crescimento. Vide Figura 2.

Figura 2: Produção científica anual.
Annual Scientific Production



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A Tabela 1 demonstra os periódicos mais prolíferos, isto é, aqueles com maior quantidade de artigos publicados sobre o tema. Dos 77 periódicos identificados, elencou-se os 13 mais prolíferos, juntos eles representam 60% da amostra pesquisada, com 141 artigos. Destacam-se o *Gender Work and Organization*, com 32 publicações, o *Management Learning*, com 21 publicações e o *Organization*, com 13 publicações.

Tabela 1: Periódicos mais prolíferos.

Periódicos	Artigos
GENDER WORK AND ORGANIZATION	32
MANAGEMENT LEARNING	21
ORGANIZATION	13
JOURNAL OF ORGANIZATIONAL ETHNOGRAPHY	11
CULTURE AND ORGANIZATION	9
JOURNAL OF MARKETING MANAGEMENT	9
SPORT MANAGEMENT REVIEW	9
EQUALITY DIVERSITY AND INCLUSION	8
JOURNAL OF MANAGEMENT INQUIRY	8
QUALITATIVE RESEARCH IN ORGANIZATIONS AND MANAGEMENT	6
JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	6
ACTION RESEARCH	5
JOURNAL OF SPORT MANAGEMENT	4

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Quanto aos autores da amostra selecionada, verificou-se um total de 509 autores. A Tabela 2 relaciona os autores mais prolíferos e o número de artigos fracionados (número de autores por documento dividido pelo número de coautores), uma métrica adotada por Aria e Cuccurullo (2017). O autor com maior número de publicações é Tienari J., com o total de 06 artigos. Porém, considerando os artigos fracionados, destaca-se O'Shea S. C., com 5 artigos de autoria única.

A autora Saoirse Caitlin O'Shea é uma mulher transgênera não-binária com disforia. Suas publicações com a aplicação do método da autoetnografia, “*This girl's life: An autoethnography*” (2018); “*My dysphoria blues: Or why I cannot write an autoethnography*” (2019); “*Isolation*” (2020); “*Working at gender? An autoethnography*” (2020); “*If I knew then what I know now*” (2022), exemplificam uma das vantagens da autoetnografia que é a de dar voz e protagonismo a grupos vulneráveis e marginalizados, expondo outras maneiras de ver, saber e sentir, promovendo trocas culturais a partir da experiência de vida do pesquisador/autor (Ellis, Adams, Bochner, 2010).

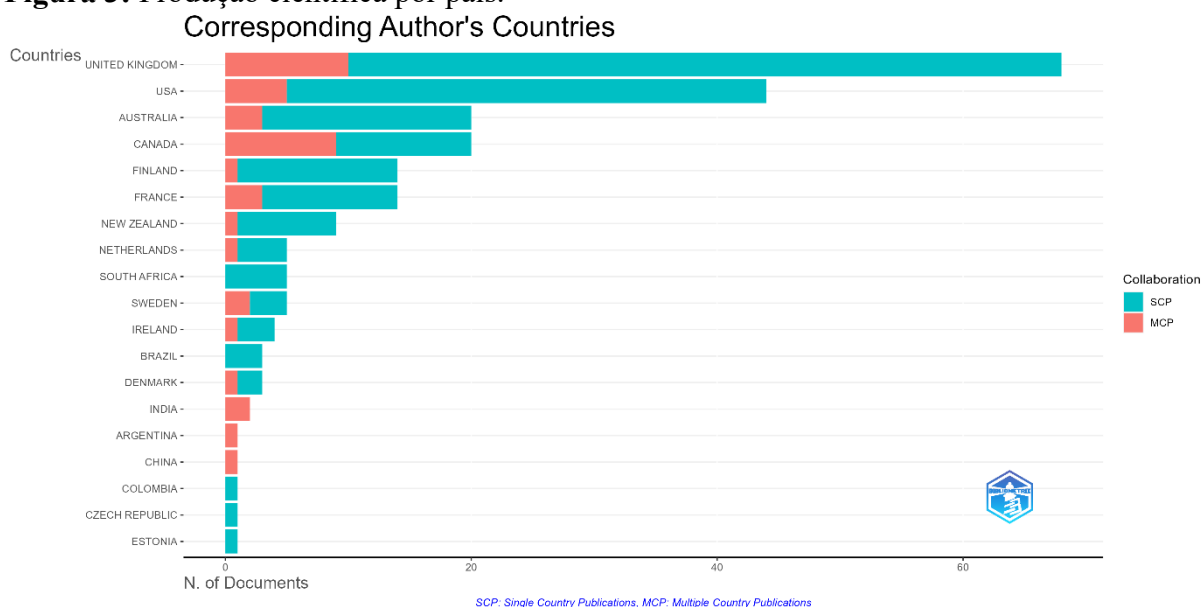
Tabela 2: Autores mais prolíferos.

Autores	Artigos	Artigos Fracionalizado
TIENARI J	6	3,67
O'SHEA SC	5	5,00
MANDALAKI E	4	2,20
FERNANDO M	3	1,17
GRENIER RS	3	1,83
HOEBER L	3	1,50
KEMPSTER S	3	1,50
KING D	3	1,83
LIU H	3	2,50
BOWYER D	2	0,36

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A Figura 3 demonstra a produção científica por país, elencando os países de origem da autoria dos artigos. O gráfico evidencia pelas cores as publicações de autores de país único (*Single Country Publications – SCP*) e a junção de autores de diversos países (*Multiple Country Publications – MCP*). Nota-se o predomínio de autores oriundos do Reino Unido e dos Estados Unidos. Vale destacar a baixa representatividade dos países do Sul Global.

Figura 3: Produção científica por país.



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A Tabela 3 relaciona os artigos publicados nos periódicos de maior impacto conforme classificação da lista da *Association of Business Schools* - ABS. Esta classificação foi utilizada para selecionar, dentro da amostra da pesquisa, os artigos de maior impacto com o objetivo de analisar os principais temas estudados e os procedimentos metodológicos utilizados. Em um primeiro momento, foram selecionados os periódicos que se classificam nos critérios 4 e 4* da lista ABS, o resultado inicial foram 14 artigos. Destes, 1 artigo não se encontra disponível para leitura e 1 artigo é teórico, não configurando a aplicação do método da autoetnografia. Após a exclusão destas publicações, foram listados os 12 artigos empíricos de maior impacto em ordem cronológica de publicação, do mais antigo para o mais recente.

Tabela 3: Artigos dos periódicos de maior impacto.

Título	Autores	Ano	Periódico
Researching back home - International management research as autoethnography	Karra, N; Phillips, N	2008	ORGANIZATIONAL RESEARCH METHODS
Stress and emotions at work: An adventure tourism guide's experiences	Mackenzie, SH; Kerr, JH	2013	TOURISM MANAGEMENT
Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events	Coghlan, A; Filo, K	2013	TOURISM MANAGEMENT
Cross-cultural event volunteering: Challenge and intelligence	Qi, HX; Smith, KA; Yeoman, I	2018	TOURISM MANAGEMENT
The Institutionalization of Suffering: Embodied Inhabitation and the Maintenance of Health and Safety in E-waste Recycling	Stowell, AF; Warren, S	2018	ORGANIZATION STUDIES
Mothers and researchers in the making: Negotiating 'new' motherhood within the 'new' academia	Huopalainen, AS; Satama, ST	2019	HUMAN RELATIONS
And Who Are You?: A Performative Perspective on Authority in Organizations	Bourgoin, A; Bencherki, N; Faraj, S	2020	ACADEMY OF MANAGEMENT JOURNAL
Identity work by a non-white immigrant business scholar: Autoethnographic vignettes of covering and accenting	Fernando, M; Reveley, J; Learmonth, M	2020	HUMAN RELATIONS
'And we gossip about my life as if I am not there': An autoethnography on recovery from infidelity and silence in the academic workplace	van de Berg, T	2022	HUMAN RELATIONS
Emotional labor and employee well-being in cross-cultural contexts: A Disney frontline staff's autoethnography	He, ZF; Hao, XF	2022	TOURISM MANAGEMENT
Entwined Positionality and Interpretive Frames of Reference: An Autoethnographic Account	Bolade-Ogunfodun, Y; Soga, LR; Laker, B	2023	ORGANIZATIONAL RESEARCH METHODS
Repoliticizing spirituality: A collaborative autoethnography on Indigenous identity dynamics during an environmental conflict in a Mapuche community in Chile	Maher, R; Loncopan, S	2024	HUMAN RELATIONS

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Evidencia-se pela linha temporal das publicações dos artigos, o crescimento recente no uso da metodologia e a presença de publicações nos periódicos de maior impacto, 50% das publicações listadas são dos últimos 5 anos.

Quanto aos temas investigados, observou-se uma certa variedade com a presença de questões relacionadas ao contexto acadêmico (Karra; Phillips, 2008; Huopalainen; Satama, 2019; van de Berg, 2022; Bolade-Ogunfodun; Soga; Laker, 2023); experiências compartilhadas no setor de turismo, hotelaria e esportes (Mackenzie; Kerr, 2013; Coghlan; Filo, 2013; Qi;

Smith; Yeoman, 2018; He; Hao, 2022); reflexões sobre identidade (Fernando; Reveley; Learmonth, 2020; Maher; Loncopan, 2024); saúde e segurança de trabalhadores (Stowell; Warren, 2018); e autoridade no contexto organizacional (Bourgoin; Bencherki; Faraj, 2020).

Quanto aos itinerários metodológicos, observa-se uma variação em, principalmente, três características: i) o uso da escrita do texto em primeira pessoa do singular ou do plural, ou ainda uma variação entre primeira e terceira pessoa para identificar a descrição da experiência do pesquisador/autor (escrita em primeira pessoa) e análise construída pelo pesquisador autoetnógrafo (escrita em terceira pessoa); ii) a descrição da experiência em estudo e a análise dos resultados desenvolvidas em tópicos separados ou simultaneamente no mesmo tópico; iii) a utilização de outros recursos como vinhetas, fotografias ou autoetnografia colaborativa. Outro aspecto comum observado é que, na ocorrência de autoria múltipla, quando apenas o primeiro autor é autoetnógrafo, o(s) outro(s) autor(es) codifica(m) o relato autoetnográfico e as categorias identificadas são utilizadas para análise e discussão dos resultados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo traçar um panorama sobre o uso da autoetnografia, enquanto método de pesquisa, no campo da Administração. Para isso, foi realizado um estudo bibliométrico da literatura internacional pertinente, utilizando uma abordagem quantitativa que analisou dados bibliográficos como ano de publicação, periódicos, autores, entre outros.

Os resultados apontaram que a pesquisa abrangeu os anos de publicação, tendo o ano de 2005 com a primeira publicação sobre o método da autoetnografia. Logo em seguida, até o ano de 2016, houve um tímido crescimento. Já entre os anos de 2017, 2018 e 2019, foi observado um número mais expressivo de publicações. Dentre os periódicos internacionais que abrigam essas publicações, destacam-se o *Gender Work and Organization*, o *Management Learning* e o *Organization*. Observou-se também que a pesquisa abrangeu diferentes regiões do mundo, dentre elas, Reino Unido e Estados Unidos. Nesse sentido, salienta-se que nessa busca não foram encontradas publicações sobre o uso do método no contexto brasileiro, sugerindo a escassez de estudos com a abordagem da autoetnografia no campo da administração.

Em uma rápida busca na base de dados da SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*) buscando o termo “autoetnografia” somente no campo título, foram encontrados apenas quatro artigos sobre o uso do método da autoetnografia no campo da administração, citados a seguir. O primeiro intitulado “Discussão e prática da autoetnografia: um estudo sobre aprendizagem organizacional em uma situação de catástrofe”, no ano de 2012. O segundo intitulado “Improvisação como competência cultural: uma autoetnografia da atividade gerencial no setor público”, no ano de 2015. O terceiro intitulado “Autoetnografia e experiência subjetiva em marketing e pesquisa do consumidor”, no ano de 2016 e o quarto intitulado “A reflexividade intensiva na aprendizagem organizacional: uma autoetnografia de práticas em uma organização educacional”, no ano de 2018. Esse baixo resultado no número de artigos no contexto brasileiro, sugere que o método ainda é pouco utilizado e discutido nas pesquisas com foco organizacional.

A literatura internacional que foi identificada na presente pesquisa bibliométrica, sugere que o método da autoetnografia é condizente a novos conceitos e associações em diversas abordagens e objetos de análise no contexto das organizações. No entanto, ainda existem limitações e desafios mais significativos na compreensão sobre os processos operacionais do método, abrindo uma lacuna considerável para discussão nas práticas das pesquisas brasileiras.

Como contribuições deste estudo, a bibliometria demonstrou o potencial do uso da autoetnografia, enquanto método de pesquisa, no campo da administração, sinalizando sua relevância para compreender e reconhecer o lugar de fala, a subjetividade e as emoções do pesquisador, garantindo maior legitimidade e validação ao conhecimento (Ellis et al., 2011). Desse modo, esperamos contribuir com as discussões que envolvem os diferentes métodos e

técnicas de pesquisa em administração, considerando o potencial da estratégia da autoetnografia no estudo das organizações. Nesse sentido, denota-se um apelo por mais pesquisas com o uso do método no contexto brasileiro. Como limitações deste estudo aponta-se o uso de apenas uma base de dados para coletar os artigos, assim, sugere-se como estudos futuros a necessidade de ampliar as bases de dados ao traçar um panorama mais amplo de estudos, bem como, analisar trabalhos que abordem outras variações da etnografia, como a fotoetnografia, portanto o debate continua nesta seara do conhecimento.

REFERÊNCIAS

- ADAMS, T.; BOCHNER, A.; ELLIS, C. Autoethnography: an overview. **Historical Social Research**, v. 36, p. 273-290, 2011.
- ADAMS, T.; ELLIS, C.; JONES, S. Autoethnography: Understanding Qualitative Research Series. New York, NY: **Oxford University Press**, 2015.
- ADAMS, T.; ELLIS, C.; JONES, S. Autoethnography. **The international encyclopedia of communication research methods**, p. 1-11, 2017.
- ALCADIPANI, R.; ROSA, A. R. O pesquisador como o outro: uma leitura pós colonial do Borat brasileiro. **Revista de Administração de Empresas**, v. 4, n. 50, 2010.
- ALVES, E. J.; GONÇALVES, C. A. Análise comparativa qualitativa como método de pesquisa em administração: uma revisão sistemática de literatura. **Métodos e Pesquisa em Administração**, 2017.
- ALVESSON, M. (2003). Methodology for close up studies - struggling with closeness and closure. **High Education**, v. 46, n. 2, p. 167-193.
- ARAÚJO, B. C.; DAVEL, E. P. B. Autoetnografia na pesquisa em administração: desafios e potencialidades. **Revista de Administração IMED**, v. 13, n. 1, p. 70-91, 2023.
- ARAÚJO, C. A. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.
- ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v. 11, n. 4, p. 959-975, 2017.
- BOCHNER, A. P. It's about time: Narrative and the divided self. **Qualitative Inquiry**, v. 3, n. 4, p. 418-438, 1997.
- BRAND, F. C.; FACCIN, K. Métodos de pesquisa em governança de redes: uma revisão de estudos. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 13, n. 2, p. 26-43, 2015.
- CANAGARAJAH, A. S. Teacher development in a global profession: an autoethnography. **TESOL Quarterly**, Hoboken, v. 46, n. 2, p. 258-279, jun. 2012.
- CAVEDON, N. 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 & Sociedade**, v. 21, n. 68, p. 875-892, 2014.
- CHANG, H. Autoethnography as Method (1st ed.). California: **Left Coast Press**. 2008.
- CHRISTIANS, C. Ethics and politics in qualitative research. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. S. (Eds.), **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de Pesquisa em Administração - 12ª edição. **McGraw Hill Brasil**, 2016.
- COOPER, R.; LILYEA, B. I'm interested in autoethnography, but how do I do it. **The qualitative report**, v. 27, n. 1, p. 197-208, 2022.
- COSTA, T.; LOPES, S.; FERNÁNDEZ-LLIMÓS, F.; AMANTE, M. J.; LOPES, P. F. A bibliometria e a avaliação da produção científica: indicadores e ferramentas. In: **Actas do congresso Nacional de bibliotecários, arquivistas e documentalistas**, 2012.

CROSSAN, M. M.; APAYDIN, M. A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. **Journal of Management Studies**, v. 47, n. 6, p. 1154-1191, 2010.

DI BITETTI, M. S.; FERRERAS, J. A. Publish (in English) or perish: The effect on citation rate of using languages other than English in scientific publications. **Ambio**, v. 46, n. 1, p. 121-127, 2017.

DI VAIO, A.; PALLADINO, R.; PEZZI, A.; KALISZ, D. E. The role of digital innovation in knowledge management systems: A systematic literature review. **Journal of Business Research**, v. 123, p. 220-231, 2021.

ELLIS, C.; BOCHNER, A. P. Autoethnography, personal narrative, reflexivity. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.), **Handbook of qualitative research**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, p. 733-768, 2000.

ELLIS, C. The ethnographic I. A methodological novel about autoethnography. Estados Unidos de América: **Altamira**. 2004.

ELLIS, C. Telling tales on neighbors: Ethics in two voices. **International Review of Qualitative Research**, v. 2, n. 1, p. 3-28, 2009.

FAVARETTO, J. E. R.; FRANCISCO, E. R. Exploração do acervo da RAE-Revista de Administração de Empresas (de 1961 a 2016) à luz da bibliometria, text mining, rede social e geoanálise. **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 4, p. 365-390, 2017.

FERREIRA, M. C. Qualidade de vida no trabalho. Uma abordagem centrada no olhar dos trabalhadores. **Paralelo**, v. 15, 2017.

FONSECA, E. N. Bibliometria: teoria e prática. São Paulo: **Cultrix**, 1986.

FONSECA, S. M. M.; SILVA, A. P.; LEITE, E. F. Fotoetnografia: Uso e Possibilidades como Método de Pesquisa em Administração. **Discursos Fotográficos**, v. 14, n. 24, p. 161-189, 2018.

FORLIANO, C.; DE BERNARDI, P.; YAHIAOUI, D. Entrepreneurial universities: A bibliometric analysis within the business and management domains. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 165, p. 1-16, 2021.

HAYANO, D. M. Auto-ethnography: Paradigms, Problems and Prospects. **Human Organization**, v. 38, n. 1, p. 99-104, 1979.

HOLMAN JONES, S. Autoethnography: Making the personal political. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. S. (Eds.), **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.

HOLT, N. Representation, legitimation, and autoethnography: an autoethnographic writing story. **International Journal of Qualitative Methods**, Edmonton, v. 2, n. 1, p. 1-22, 2003.

MAIA, S.; DOS SANTOS BATISTA, J. Reflexões sobre a autoetnografia. Prelúdios -**Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da UFBA**, v. 9, n. 10, p. 240-246, 2020.

MELO, N. C. M.; DOURADO, D. C. P. Pistas para o Desenvolvimento Paradigmático dos Métodos de Pesquisa Qualitativa On-Line. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 26, p. e210015, 2022.

MELO, T. A.; DEMO, G.; CANEPPELE, N. R. Com (ou sem) licença, estou chegando! (re) visitando itinerários de pesquisa e (re) desenhando práticas de gestão de pessoas para o teletrabalho. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 22, n. 3, p. 442-465, 2023.

MORAL-MUÑOZ, J. HERRERA-VIEDMA, E.; SANTISTEBAN-ESPEJO, A.; COBO, M. Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review. **Profesional de La Información**, v. 29, n. 1, 2020.

MOREIRA, P.; GUIMARÃES, A.; TSUNODA, D. Qual ferramenta bibliométrica escolher? Um estudo comparativo entre softwares. **P2P & Inovação**, v. 6, p. 140-158, 2020.

OLIVEIRA, J.; FIGUEIREDO, M. Os espaços, as práticas e as etnografias nos estudos organizacionais brasileiros. **Farol-Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, v. 8, n. 21, 2021.

- OLIVEIRA, U. Desafios na definição de métodos de pesquisa em trabalhos de dissertação. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 9, n. 3, p. 1-7, 2023.
- PAIVA, R. C. Contando histórias para pesquisar: autoetnografia e implicações para o estudo de ensino-aprendizagem de línguas. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 7, n. 15, p. 326-355, 2019.
- PIMENTA, A. A.; PORTELA, A.; OLIVEIRA, C. B.; RIBEIRO, R. M. A bibliometria nas pesquisas acadêmicas. **Scientia - Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 4, n. 7, p. 1-13, 2017.
- PREISSLE, J.; DEMARRAIS, K. Teaching Reflexivity in Qualitative Research. Fostering a Research Life Style. In: DENZIN, N. Y.; GIARDINA, M. (Eds.), **Qualitative Inquiry and the Politics of Research**. 2015.
- PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? **Journal of Documentation**, v. 25, n. 4, p.348-349, 1969.
- RAMBO, C. Multiple reflections of child sex abuse: An argument for a layered account. **Journal of Contemporary Ethnography**, n. 23, p. 395-426, 1995.
- REED-DANAHAY, D. (ed.). **Auto/Ethnography: rewriting the self and the social**. 1. ed. Oxford: Berg, 1997.
- RICHARDSON, L.; ST. PIERRE, E. Writing: A method of inquiry. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. S. (Eds.), **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.
- SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.
- SANTOS, L. F. M.; FERREIRA, R. F.; CARDOSO, V. A etnografia aplicada ao campo da Administração no Brasil. **Revista de Administração de Roraima**, v. 10, n. 69, p. 1-20, 2020.
- SANTOS, S. M. A. O método da autoetnografia na pesquisa sociológica: atores, perspectivas e desafios. **Plural: Revista de Ciências Sociais**, v. 24, n. 1, p. 214-241, 2017.
- SCARINGELLA, L.; RADZIOW, A. Innovation, entrepreneurial, knowledge, and business ecosystems: Old wine in new bottles? **Technological Forecasting and Social Change**, 2017.
- SERAPIONI, M. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 5, n. 1, p.187-192, 2000.
- SERVA, M.; JAIME JÚNIOR, P. Observação participante pesquisa em administração: uma postura antropológica. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, p. 64-79, 1995.
- SILVA, M. S. T.; CORREIA, S. É. N.; OLIVEIRA, V. M. Mapeamento científico na Scopus com o Biblioshiny: Uma análise bibliométrica das tensões organizacionais. 2022.
- STOCKER, F.; MASCENA, K. M. C.; AZEVEDO, A. C.; BOAVENTURA, J. M. G. Teoria de Redes de Influências de " Stakeholders": uma abordagem revisitada. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 17, p. 673-688, 2019.
- TAKAKI, N. H. Por uma autoetnografia/autocrítica reflexiva. **Inter Letras**, v. 8, p. 01-19, 2020.
- TULLIS, J. Self and others: Ethics in autoethnographic research. In: HOLMAN, S., ADAMS, T., ELLIS, C. (Eds.), **Handbook of Autoethnography**. 2013.
- VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, p. 152-162, 2002.
- VERSIANI, D. B. Autoetnografia: uma alternativa conceitual. **Letras de hoje**, v. 37, n. 4, 2002.