



ilustração criada por [Drew Bardana](#).

## Atomic user experience research

Você deve ter ouvido por aí sobre o Atomic Design — Há alguns anos atrás vi artigos sobre o Atomic Research, o conceito desse modelo de gerenciamento de pesquisa e fiz aqui um compilado de aprendizados sobre o tema.



Rayssa Araújo

Follow



Aug 18, 2020 · 7 min read

Este é um artigo de um compilado super resumido que você vai encontrar:

01. Porquê eu fui conhecer *Atomic Research* — pode rolar uma identificação e quem sabe a solução do que eu enfrentei como pesquisadora de experiência do usuário é a sua também!
02. O que é o modelo *Atomic Research*.
03. Como armazenar e distribuir os aprendizados de UX para todo a equipe.
04. Algumas dicas sobre como implementar, caso você queira.
05. Referências pra você saber mais sobre o tema.
06. Ferramentas que podem te ajudar na implementação desse modelo.

## ✨ Eu costumo fazer muitas documentações do meu trabalho como designer ✨

O que aprendi de um processo, planilhas com resultados de pesquisas, versionamentos de arquivos, pastas e pastas com relatórios interessantes (vai que eu preciso mais tarde, não é?) e aí me deparei com perguntas do tipo:

- "qual o impacto da minha pesquisa na empresa que eu estou?"
- "será que as pessoas realmente veem o que todos esses arquivos que eu tô produzindo?"
- "quem de fato consome os meus relatórios?"
- "será que as informações que eu gerei com a pesquisa estão sendo consumidos de fato?"
- "como eu deixo meus achados mais acessíveis e até mais fáceis de encontrar?"
- "alguém já fez essa pesquisa que eu tô fazendo? ou será que alguém precisa da pesquisa que eu tô fazendo e não sabe que eu fiz?"

**📁 Mas será que os insights que eu tive com a minha pesquisa são realmente úteis para alguém se ela é específica para o cenário, contexto, o usuário que eu apliquei? 📁**

Se você como designer nessa área já se pegou pensando nisso, esse compilado sobre a palavra do *atomic research* é pra você.



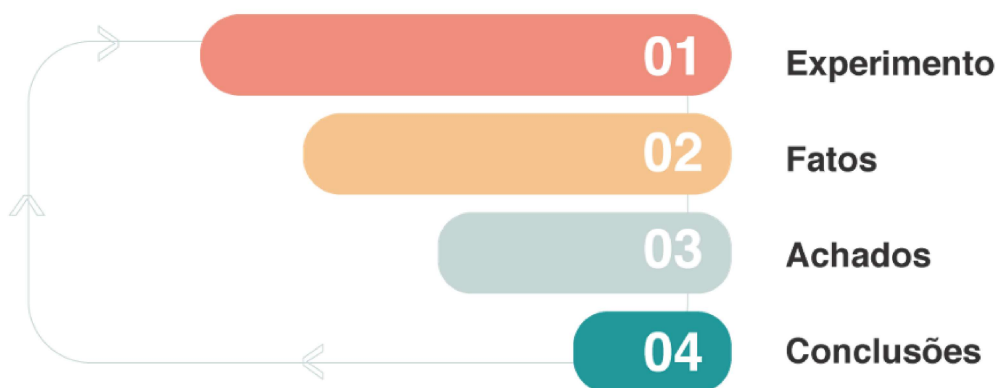


## 👋 Vamos começar com o que é?

O *Atomic Research* — ou pesquisa atômica haha — é uma forma de análise e de sintetização das pesquisas que executamos para entregar ela de um jeito facilitado para o cliente ou pra quem for consumi-la. É a transformação do processo de research em não-linear. Mas antes de começar a entrar nos pilares do *atomic research*, se você já conhece o *Atomic Design* — Brad Frost que veio com essa ideia — fica bem mais fácil de entender de onde vem a inspiração.

Basicamente, ele é um composto de elementos de interface que você consegue usar e reusar de formas diferentes. Elementos que são consistentes como um botão, um formulário de *checkbox* e de repente, unindo vários elementos você tem um *design system*. Cada elemento (ou átomo nesse caso) tem o seu valor e significado. E aí, pensaram será que dá pra fazer o mesmo com pesquisas? Quebrá-la em pedaços que ainda façam sentido sozinhos, mas que quando reunidos ou combinados a um determinado contexto, cenários e outras variáveis, esses elementos se tornem parte de algo mais consistente?

Eis então, o modelo. Ele é representado por uma espécie de funil onde existem **04 pilares**:



## 👉 EXPERIMENTO — a primeira camada.

É o tipo de método que você vai utilizar, o meio que você vai obter os dados. Aqui é sobre coleta de dados. Pode ser um teste de usabilidade, um questionário, um teste a/b. Normalmente envolvem nessa etapa a decisão do método que você vai utilizar para levantar os dados que precisa, o planejamento, a execução e a tabulação dos dados da pesquisa que está sendo realizada.

Você pode achar uma forma mais detalhada de documentar a sua pesquisa baseando-se nesse modelo e usando alguma ferramenta que você consiga salvar os dados e dar acesso a mais pessoas levantando informações como: nome da pesquisa, ano, o que foi a pesquisa, uma tag do tipo de experimento, fatos, frases interessantes ditas pelo participante, quais foram os insights, quem realizou a pesquisa e a conclusão ou ação a ser tomada com aquele *insight*.

Nessa etapa a gente começa a padronizar os dados das nossas pesquisas.

## 👉 FATOS — a segunda camada.

A segunda base, que vai diminuindo no funil, são os fatos. O que você está realmente coletando, sem inferir ou interpretar. Para entrar nesse etapa, você precisaria documentar e tabular a sua pesquisa transcrevendo o que foi encontrado exatamente como ele apareceu para você. Um comportamento mapeado e comprovado. Um exemplo disso é realizar um teste de usabilidade e no seu relatório constar:

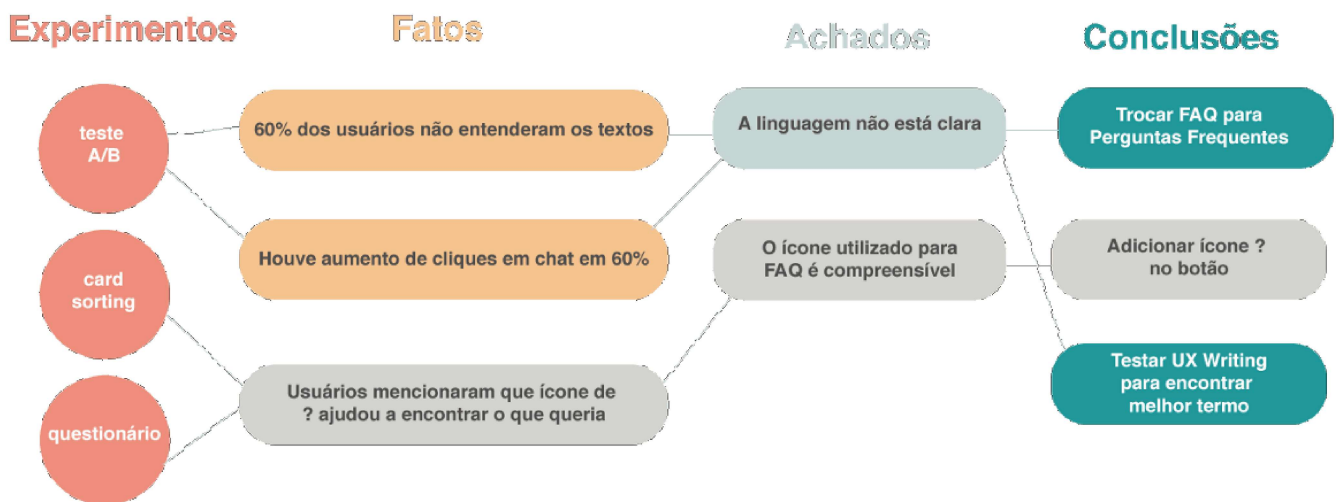
"De 10 participantes, 07 estão com dificuldade de encontrar as Perguntas frequentes no seu aplicativo".

Isso é um fato! Se alguém pegar as gravações do momento exato que o seu participante está realizando o teste é isso que a pessoa irá ver? Então, você documentou o que precisa para a terceira camada.

## 👉 ACHADOS ou INSIGHTS — a terceira camada.

A terceira camada é formada pelos achados. Quais são as interpretações que conseguimos fazer sobre os fatos? É aqui que o pesquisador toma partido usando sua percepção, seu conhecimento na área de negócio e experiência com o produto desenvolvido. É interessante também não deixar esse momento preso ao time de pesquisa. Envolver o time de engenharia, de gerentes, de produto, outros designers,

todo mundo que você conseguir do projeto pode trazer interpretações interessantes. Às vezes acontece de entregar pra um grupo específico os resultados e não há o consumo imediato, as informações se perdem no processo e no fim das contas, a pesquisa acaba não tendo o impacto ou valor que deveria. Então, quanto mais pessoas você conseguir envolver nessa etapa, maior probabilidade de seus insights serem utilizados e passar para a quarta base em áreas diferentes :)



Apresente os dados que geraram o fato e que trouxe o insight nessa pesquisa, aproveite para gerarem os acionáveis juntos!



### 👉 AÇÕES ou CONCLUSÕES— a quarta camada.

E por último, a quarta base são as ações ou conclusões. Dependendo da empresa, são todas as ações e atividades que serão trabalhadas em cima dos resultados encontrados. É a hora de colocar em prática o que você aprendeu com a pesquisa e transformá-la no real impacto para a sua empresa ou cliente. Apesar de sabermos que nem tudo é lindo



porque ações acabam sendo demandas e elas precisam ser priorizadas para que aconteçam.

O importante dessa etapa é entender que o que será considerado uma ação é baseado em evidências. E lembra que mencionei que esse modelo faz com que o processo de *research* não seja linear? É aqui que a "setinha" do ciclo do funil volta a encontrar a primeira camada de **experimentos**.



Após chegar a uma conclusão, você pode transformar elas em hipóteses e experimentá-las novamente já que elas podem mudar com o tempo. E é uma forma de validá-las de outra maneira.



## ⚡ O que o Atomic Research pode trazer de bom? :)

Eu já havia comentado sobre esse tema um tempinho atrás quando vi a Diana Fournier apresentando no DEX 2019. Com esse modo de organização dos dados, o histórico

pode ser consultado com maior facilidade, as decisões de negócio podem ser mais concretas porque você pode cruzar experimentos diferentes e consolidar hipóteses com maior embasamento, sem contar na agilidade de todo o processo ao lidar com dados. As pesquisas ficam padronizadas, fica mais fácil registrar e categorizar corretamente a pesquisa também, além de entender da onde veio cada achado e as limitações que houveram na pesquisa.

Você pode utilizar essa visualização de dados para fortalecer a cultura de pesquisa dentro da empresa. Quanto maior o número de insumos, mais confiáveis serão as iniciativas e ações sugeridas pela equipe. E você também pode desenvolver métricas em cima desses dados para começar a saber o impacto da sua pesquisa no produto em que você está trabalhando.

E o mais legal é que esse modelo encoraja a pesquisar novamente sobre o assunto para relacionar mais experimentos a uma conclusão. O modelo não para na última camada AÇÕES. Então, o dado é sempre atualizado, vivo e disponível para acessá-lo se você possuir um repositório de pesquisas consolidado. Abaixo, mais conteúdo sobre o tema e ferramentas que podem te ajudar a criar um processo de consumo de pesquisas escalável. :)

## Referências

- [como fazer com que a sua pesquisa e seu consumo de dados sejam mais efetivos.](#)
- <https://uxdesign.blog.br/como-garantir-que-os-insumos-de-pesquisas-sejam-utilizados-de-maneira-efetiva-dexconf19-9c3fe392bd55>
- [Como armazenar e distribuir os aprendizados de ux com atomic research.](#)
- [Faça seus insights de pesquisas serem acionáveis :\)](#) (em inglês)
- [Como democratizar pesquisas de design](#)
- [Atomic Research: Facilitando o acesso aos aprendizados de pesquisa.](#)
- Vejam o vídeo do Daniel Pidcock:

The Power of Atomic UX Research - Daniel Pidcock at UX Brighton 2018



## ⚡ Ferramentas

Glean.ly

Gleanly sales website.

[glean.ly](https://glean.ly)

User research tool box - Airtable Universe

I've spent most of the last five years researching user researchers, building research infrastructure and things, and...

[airtable.com](https://airtable.com)

Drive

Crie Carla e colab Jonas ore Lista de compras Sara Machado  
Salgadinhos Molho de queijo Criar novo Olívia Sara Olívia...

[www.google.com.br](https://www.google.com.br)

Se curtiu, dê uns claps 🖐️. Isso me encoraja a continuar publicando.  
Sinta-se à vontade para comentar 💬 ou compartilhar sobre sua jornada.

---

**Get an email whenever Rayssa Araújo publishes.**

Subscribe

Emails will be sent to [emanuelsousad3@gmail.com](mailto:emanuelsousad3@gmail.com).

[Not you?](#)



[User Research](#)

[Atomic Research](#)

[UX Research](#)

[Jornal Ux](#)

[Ux Cases](#)

[About](#) [Write](#) [Help](#) [Legal](#)

Get the Medium app

