

Nuggets: como democratizar pesquisas de design

Passo a passo e template de como adaptamos a abordagem de Pesquisa Atômica para escalar os resultados das pesquisas no QuintoAndar.



Gabriela Bassa

[Seguir](#)

19 de novembro de 2019 · 8 min de leitura

Apesar de designers interagirem o tempo todo com os usuários ao longo do desenvolvimento do produto, algumas áreas ainda não têm essa interação e acabam ficando distantes das pessoas. Ao mesmo tempo, para tomar decisões de negócio que atendam às necessidades reais de quem utiliza o serviço, é fundamental que toda a empresa tenha uma visão compartilhada sobre quem são nossos usuários.



Nós, enquanto designers, temos a oportunidade de fomentar essa visão ao tornar acessível o conhecimento que geramos nas nossas pesquisas.

Se queremos que as experiências das pessoas sejam consideradas no desenvolvimento e priorização dos experimentos, precisamos democratizar o conhecimento que temos sobre elas.

Mas para que isso seja possível precisar mudar a forma como as pesquisas são tradicionais compartilhadas e compartilhadas. Estes são os três maiores problemas que a gente enfrenta com o registro e compartilhamento dessas informações:

- **Conhecimento descentralizado** : normalmente, pesquisas são colocadas em relatórios e relatórios que se perdem e esquecidas em massas e diferentes plataformas para cada esquadrão, tribo ou área. Para acessá-las, você precisa encontrar cada arquivo e pedir acesso a todos eles. Se encontrar, né?
- **Pesquisas sob domínio exclusivo dos pesquisadores** : na falta de um repositório centralizado, a equipe que realiza a pesquisa acaba sendo uma única fonte de armazenamento das informações. Para saber sobre os resultados, os stakeholders e outros designers precisam recorrer a ela, o que não é escalável e nem sustentável.
- **Barreiras e falhas de comunicação** : áreas diferentes conduzindo pesquisas iguais ou muito parecidas, ao mesmo tempo e sem comunicarem. Mas nossos usuários são os mesmos. Por que não estamos compartilhando e aproveitando o que já sabemos sobre eles?

Como é possível mudar esse cenário?

Esses não são desafios só nossos, mas de qualquer empresa que tenha uma grande quantidade de funcionários e clientes. Foi diante dos mesmos problemas, quando trabalhava como Head de User Experience no Wework, que Tomer Sharon desenvolveu uma abordagem para democratizar os aprendizados de pesquisas, que chamou de **Atomic Research** .

O que é Pesquisa Atômica?

Como o próprio nome necessário, **Atomic Research** consiste em quebrar os resultados da pesquisa em micro partes, cada coleta constar é considerado um átomo. Esses átomos da pesquisa são chamados de **Nuggets** , que em inglês pode ser sinônimo de “*pepita*” (*pepita de ouro*) e pode ser feita uma analogia com “*tendo uma mordida rápida*” , ter um consumo rápido e pequeno de algo.

É sobre criar uma coleção de pepitas

No lugar de relatórios e apresentações, a abordagem oferece que a gente tenha uma coleção de pepitas que vai sendo abastecida constantemente por todas as pesquisas que são realizadas. Uma fonte centralizada de conhecimento sobre os usuários que pode ser consultada a qualquer momento, por qualquer pessoa da empresa.

Nuggets								
+ Add a View								
Nugget	Comentário	Jornada	Experiência	Emoção	Tipo de nugget	Usuário	Pesquisa	Tipo de usuário
É leveza, não levei.	Hermione sabidona demais.	Primeiro dia de aula	Negativa	Ralva	Expectativa Sentimento	Hermione Granger	Entrevista exploratória sol Teste de usabilidade de vi	Grifinória
Percy não reconheceria uma plada nem que ela dançasse pelada na frente dele, usando só o abafador de chá do dobby na cabeça.		Conheceu Hogwarts	Negativa	Alegria	Crença	Ronald Weasley	Entrevista exploratória sol	Grifinória
As coisas que nos pertencem acabam voltando para nós. Bom, nem sempre da forma que esperamos.		Recebeu carta de Hogwarts	Neutra	Ansiedade	Expectativa	Luna Lovegood	Teste de usabilidade de vi	Corvinal
Sempre.		Conheceu Hogwarts	Neutra	Indiferença	Sentimento	Severo Snape	Teste de guerrilha sobre a	Sonserina
Eu juro solenemente não fazer nada de bom.		Primeiro dia de aula	Neutra	Preocupação	Desejo	Harry Potter	Entrevista exploratória sol Teste de usabilidade de vi	Grifinória
Seu elfo estúpido. Podia ter me matado.		Primeiro dia de aula	Negativa	Ralva Preocupação Frustração Medo	Expectativa Crença	Belatriz Lestrange	Teste de usabilidade de vi Teste de guerrilha sobre a	Sonserina
Longbottom, se miolos fossem ouro, você seria mais pobre do que Weasley, e isso já é muita coisa.		Recebeu carta de Hogwarts	Negativa	Ralva	Crença	Draco Malfoy	Teste de usabilidade de vi Teste de guerrilha sobre a	Sonserina
O que são Nargles?		Primeiro dia de aula	Neutra	Indiferença Confusão	Sentimento	Cho Chang	Teste de usabilidade de vi Teste de usabilidade de vi	Corvinal
Por um momento eu pensei que você fosse me deixar preso aqui.		Conheceu Hogwarts	Positiva	Alívio Surpresa Medo	Sentimento Expectativa	Cedrico Diggory	Teste de usabilidade de vi	Lufa-Lufa
Espero que estejam satisfeitos com o que fizeram. Podíamos ter sido mortos, ou pior, expulsos.		Primeiro dia de aula	Negativa	Medo Preocupação Ralva	Sentimento Expectativa	Hermione Granger	Entrevista exploratória sol Teste de usabilidade de vi	Grifinória

Para serem fáceis de achar, os nuggets devem ser classificados com tags predefinidas que caracterizam seu contexto. Essas tags podem ser sobre o método da pesquisa, tipos de usuários, etapas do serviço e informações que qualificam a experiência relatada. Assim, basta filtrar a coleção de nuggets de acordo com as tags que melhoram o seu objetivo para obter dados qualitativos sobre experiências das pessoas que usam seu serviço.

E parar de fazer pesquisas descartáveis

Além do intuito de evitar que as pesquisas ficassem esquecidas em documentos ou apenas nas mãos dos designers que as aplicavam, ao adotar uma abordagem dos nuggets nosso objetivo também foi fazer com que as pesquisas deixassem de ter uma vida útil. Antes eram utilizados pontualmente para responder às perguntas de apenas um contexto em um único momento, e com os resultados das pesquisas se conhecimento contínuo e reaproveitável.

O que nos trouxe um desafio: as pesquisas dentro dos squads investigam e validam etapas e usuários específicos dentro do produto. Como tornar os resultados de


pesquisas, com focos tão enviesados, reaproveitáveis para qualquer contexto da empresa? De olho nisso e com o intuito de adaptar a abordagem para o QuintoAndar, nós criamos nossa própria definição, processo e repositório de pepitas.

Como fazemos no QuintoAndar

Nós definimos um nugget como uma fala do usuário , com suas próprias palavras. 

Dessa forma, diminuímos o viés do pesquisador ao interpretar a experiência das pessoas e conseguimos registrar o conhecimento gerado pela pesquisa de forma neutra, podendo ser aproveitado para responder às perguntas de qualquer outro contexto.

Ao escrever um nugget uma frase precisa ser curta e direta, porém completa o suficiente para entendermos sobre o que a pessoa está falando e gerar hipóteses e insights. Por exemplo:


“Eu precisava de um apartamento com dois quartos, que fosse bonito, tinha móveis e fosse perto do metrô. Foi assim que eu fui pesquisando.” - Nugget de um inquilino (fictício) 

Ao mesmo tempo, evite frases muito longas. É melhor separar uma mesma fala em várias nuggets quando estão falando sobre situações, percepções ou etapas da jornada diferentes.

Tá, mas como criar os nuggets?

Os nuggets funcionam como uma tabela. Imagine cada pepita como uma linha de uma grande planilha. Sendo as categorias que o pesquisador deve preencher ao registrá-lo, como: qual a sua pesquisa de origem, quem é o usuário falou que uma frase e outros aspectos que o contextualizam.

Depois de testar algumas plataformas, decidimos usar o **Notion** para ser nossa base de conhecimento de pesquisa. É lá que construímos nossa coleção de nuggets, centralizando todos os átomos de pesquisa em um mesmo lugar.

Você pode testar na prática e se inspirar para criar uma base de pepitas na sua própria empresa com o nosso [template no Notion](#). 



[Template] Nuggets de pesquisa

Nugget é um termo usado nos estudos de *Atomic Research*. É a menor parte que pode ser quebrada de uma pesquisa. No QuintoAndar, nossos átomos/nuggets são frases de usuários que retratam alguma experiência. Explicamos um pouco mais sobre a abordagem dos nuggets e como nós a utilizamos nesse [artigo do medium](#).

Como usar este template?

1. Duplicue este template antes de começar a editar.
2. Você vai precisar adaptar este template aos perfis e jornadas dos usuários no contexto da sua empresa.

+ :: Como criar os nuggets?

1. Comece adicionando a pesquisa.

 Pesquisas

Para otimizar e padronizar a criação dos nuggets, dividimos a nossa coleção em três páginas: **pesquisa**, **usuários** e **nuggets**. O conteúdo das páginas se relacionam e alimentam uma à outra, por isso, existe uma sequência para serem preenchidas:

1º Comece cadastrando a pesquisa 🔍

O primeiro passo é cadastrar uma pesquisa realizada que originou os nuggets, na página “Pesquisas”. Coloque dados gerais que ajudem a entender o contexto em que foi aplicada, como:

Pesquisas						
Pesquisas						
Pesquisa	Descrição	Método de pesquisa	Número de usuários	Data	Moderadores	Repositório
Entrevista exploratória sobre membros da Grifinória	Entrevista com objetivo de entender os principais comportamentos e perfis de estudantes da Grifinória.	Exploratória	3	06/11/2019	Livia Amorim	
Teste de guerrilha sobre a maldade dos bruxonildos	Teste de guerrilha pra testar maldade.	Guerrilha	3	07/11/2019	Gabriela Bassa	





Teste de usabilidade de varinhas	Teste de usabilidade com varinhas que não escolhem bruxos, só bruxas.	Teste de Usabilidade	4	28/10/2019	Livia Amorim	
Teste de usabilidade de vassouras para quadribol	Teste de usabilidade das novas Nimbus 2020.	Teste de Usabilidade	4	02/11/2019	Gabriela Bassa	
+ New						
COUNT 5						

- **Título** : nome da pesquisa. Precisa ser curto e direto.
- **Descrição** : um breve resumo sobre quais eram os objetivos. Quais as perguntas a responder a pesquisa buscava?
- **Método** : o método de pesquisa escolhido. Entrevista em profundidade? Teste de usabilidade? Algum método de pesquisa de campo?
- **Número de Usuários** : a quantidade de usuários participantes.
- **Dados** : o dia, mês e ano que a pesquisa foi aplicada.
- **Moderadores** : as pessoas da empresa que aplicaram a pesquisa.
- **Materiais relacionados** : links para materiais brutos ou do planejamento da pesquisa. Como o roteiro, fotos, áudios, apresentação dos resultados e massas com outras informações.

2º Registre cada usuário participante 🧑🧑

Após ter registrado a pesquisa, inserir os dados dos usuários relacionados à ela na página “Usuários”. Essa página existe para identificar quem foram as pessoas pesquisadas:

Usuários						
Lista de usuários						
Nome	Tipo de usuário	Idade	Descrição	Cidade	Nuggets	Materiais
Belatriz LeStrange	Sonserina	80	Comensal da morte e bff do trevoso	Londres, Inglaterra	Seu elfo estúpido. Podia t	
Cedrico Diggory	Lufa-Lufa	17	Ex-bruxo, ex-vampiro, atual-homem-morcego	Londres, Inglaterra	Por um momento eu pens	
Cho Chang	Corvinal	17	Popular, melhor jogadora de quadribol	Londres, Inglaterra	O que são Nargles?	
Draco Malfoy	Sonserina	17	Menino chato do rolê	Londres, Inglaterra	Longbottom, se miolos fos	
Harry Potter	Grifinória	17	Drama boy	Londres, Inglaterra	Eu juro solenemente não f	
Hermione Granger	Grifinória	17	Nerd do rolê, dona da magia	Londres, Inglaterra	É leviôsa, não leviosá.	
Luna Lovegood	Corvinal	17	Fora da casinha, porém legal	Londres, Inglaterra	As coisas que nos pertenc	

 Ronald Weasley	Grifinória	17	Tem 6 irmãos e é meio lento	Londres, Inglaterra	 Percy não reconheceria ur
 Severo Snape	Sonserina	80	Melhor pior pessoa	Londres, Inglaterra	 Sempre.
+ New					
COUNT 9		MEDIAN 17			

- **Nome** : nome e sobrenome do usuário.
- **Idade** : idade informada por ele.
- **Tipo de usuário** : qual o usuário no ecossistema da empresa. Os inquilinos, proprietários, corretores e fotógrafos são diferentes usuários do QuintoAndar, por exemplo.
- **Descrição** : um breve resumo sobre a pessoa. Como ela se apresentou?
- **Pesquisa** : selecione uma pesquisa de origem (já registrada anteriormente).
- **Cidade** : de onde a pessoa é ou mora.
- **Materiais** : fotos da pessoa, áudios, vídeos ou outros materiais utilizados na pesquisa, como protótipos.

3º Finalmente, vínculos os nuggets! 🐦

Chegamos no coração da base: a página “Nuggets”. Registre-se como falas dos usuários individualmente e categorize o nugget de acordo com alguns parâmetros:

Nuggets							
Add Cover Add Description							
Properties Filter Sort Search New							
Nugget	Comentário	Jornada	Experiência	Emoção	Tipo de nugget	Usuário	Pesquisa
É leviôsa, não leviosá.	Hermione sabidona demais.	Primeiro dia de aula	Negativa	Raiva	Expectativa Sentimento	Hermione Granger	Entrevis Teste de
Percy não reconheceria uma piada nem que ela dançasse pelada na frente dele, usando só o abafador de chá do doobby na cabeça.		Conheceu Hogwarts	Negativa	Alegria	Crença	Ronald Weasley	Entrevis
As coisas que nos pertencem acabam voltando para nós. Bom, nem sempre da forma que esperamos.		Recebeu carta de Hogwarts	Neutra	Ansiedade	Expectativa	Luna Lovegood	Teste de
Sempre.		Conheceu Hogwarts	Neutra	Indiferença	Sentimento	Severo Snape	Teste de
Eu juro solenemente não fazer nada de bom.		Primeiro dia de aula	Neutra	Preocupação	Desejo	Harry Potter	Entrevis Teste de
Seu elfo estúpido. Podia ter me matado.		Primeiro dia de aula	Negativa	Raiva Preocupação Frustração Medo	Expectativa Crença	Belatriz Lestrange	Teste de Teste de

Longbottom, se miolos fossem ouro, você seria mais pobre do que Weasley, e isso já é muita coisa.	Recebeu carta de Hogwarts	Negativa	Raiva	Crença	Draco Malfoy	Teste de
O que são Nargles?	Primeiro dia de aula	Neutra	Indiferença	Sentimento	Cho Chang	Teste de
COUNT 10						

- **Nugget** : a fala do usuário.
- **Comentário** : informações adicionais sobre o contexto do pepita. Para saber se vale a pena comentar, avalie se alguém que não fez uma pesquisa vai entender o nugget por si só. Também é uma oportunidade de registrar informações além da fala, como: gestos, expressão corporal, elementos do ambiente físico, etc.
- **Momento da jornada** : a etapa da jornada do usuário que se refere.
- **Experiência** : se a experiência adquirida foi positiva, neutra ou negativa.
- **Emoção** : a emoção da pessoa quando ela expressou o pepita, como raiva, confusão, alívio, indiferença, alegria, ansiedade, etc.
- **Usuário** : quem expressou o nugget. Selecione o perfil que foi criado na página “Usuários”.
- **Tipo de pepitas** : se uma frase expressa uma ação, preferência, expectativa, expectativa, sentimento ou desejo do usuário.

O que são os tipos de nuggets? 🤖

São definições utilizadas por Indi Young, no livro ***Mental Models***, que aproveitamos para classificar o conteúdo dos nuggets, a partir do que as frases dos usuários expressam:

- **Ação**: frase com a descrição de uma “tarefa” executada pelo usuário, algo que ele faz ou feito. **Ex** : “Encontrei vocês pesquisando na internet.”
- **Preferência** : quando o usuário diz que gosta (ou não) de algo de uma maneira certa. **Ex** : “Eu não gosto de usar o aplicativo para buscar imóveis, gosto de procurar pelo site.”
- **Crença**: frase com um achismo, algo que o usuário acredita, mas não precisa ser uma verdade. **Ex** : “A geração de hoje em dia não pensa mais em comprar uma casa.”
- **Expectativa** : quando o usuário espera que algo aconteça, tem a ver com noção de futuro. **Ex** : “Uma mesma facilidade que eu tive com assinatura do contrato quero ter na saída.”

- **Sentimento:** frase que carrega um sentimento ou emoção na fala.
Ex : *“É muito frustrante não me conseguir mudar por falta de fiador.”*
- **Desejo:** algo que o usuário quer. Diferente da expectativa, não tem um necessariamente com futuro. **Ex :** *“Todo lugar deveria ser digital, queria não ter gasto tanto tempo e dinheiro autenticando documentos.”*

Quando criar os nuggets?

Os nuggets podem (e devem) ser criados depois de qualquer pesquisa qualitativa. Quanto mais nuggets, mais diversificada e consistente vai ser a sua base. Estimule as equipes a pensarem nos nuggets desde uma etapa pré-pesquisa, quando planejam como vão conduzir e registrar uma interação com os usuários, ea considerar o registro dos nuggets uma etapa da jornada de pesquisa em si.

Por que fazer os nuggets?

- Os resultados das pesquisas tornam-se mais flexíveis e fáceis de serem acessados, de forma *“self service”*.
- Conseguimos reutilizar e comparar pesquisas que vão sendo realizadas.
- Podemos encontrar padrões nos resultados de diferentes pesquisas ao filtrar e analisar uma coleção de nuggets.
- E podemos escalar as falas dos usuários com a empresa, estimulando que as contas de decisão baseadas em evidências diretas das pessoas que utilizam nosso serviço.

A jornada de adaptação da abordagem dos pepitas para o contexto do QuintoAndar já foi experimental. Estamos iterando, entendendo os gargalos e possibilidades, conforme o uso dos designers e de outros stakeholders.

Já testou implementar os nuggets de pesquisa na sua empresa? Compartilhe uma experiência com a gente! :)

[Pesquisa do usuário](#)

[Nuggets](#)

[Pesquisa Atômica](#)

[Design de produto](#)

[Processos](#)

CercaEscreverAjudaJurídico
de

Get the Medium app

