

[Get started](#)[Open in app](#)[Get started](#)[Open in app](#)**UX Collective** [Follow](#)

30K Followers



Estourando a bolha: Um relato sobre uma pesquisa imersiva em cidades remotas do Brasil

[Rafaela Calheiros](#) Jul 9, 2020 · 10 min read

Eu e as laranjas de Rio Preto da Eva (AM). Foto: João Vieira

Para muitas pessoas que trabalham com pesquisa, realizar um trabalho extensivo de

[Get started](#)[Open in app](#)

No dia 1º de abril de 2019, trabalhando no PagSeguro, eu e mais um colega, o João Vieira, desembarcávamos em Rio Preto da Eva, no interior do Amazonas, para aquela que seria uma das experiências mais transformadoras da minha vida profissional e pessoal.

Em 48 dias, transitamos por 5 estados das regiões Norte e Nordeste do Brasil, com o objetivo de observar (e sentir na pele) a rotina de pessoas que estão longe dos grandes centros, e entender como a vida financeira é estruturada nesses lugares.

Com esse artigo, quero compartilhar os principais aprendizados dessa experiência, e, quem sabe, desmistificar e oferecer ferramentas para quem deseja embarcar numa aventura semelhante.



Fazendo a turista em Queimadas (PB), onde eu nunca imaginaria encontrar um letreiro assim.

Vendendo o peixe

Pra começar a contar essa história, aqui vai um breve contexto: O time do qual fazia parte no PagSeguro era focado em fomentar a cultura de inovação na empresa, então muitos dos nossos projetos surgiam de forma espontânea — não por uma demanda ou diretiva de alguma liderança —, e eram baseados em grandes temas de pesquisa.

[Get started](#)[Open in app](#)

por missão democratizar os serviços financeiros no Brasil, as muitas pesquisas que havíamos realizado até aquele momento já haviam chegado a um nível de saturação, pois eram feitas sempre na região de São Paulo, ou por telefone quando queríamos extrapolar essas fronteiras. Como sabemos, tentar entender as relações à distância só consegue nos levar até um certo ponto.

Com essa inquietação, após estudar uma série de relatórios de mercado, elaborei um pré-projeto para uma pesquisa imersiva, contendo:

- uma visão geral sobre o projeto de pesquisa (o quê, por quê, para quê);
- uma definição clara e sucinta do objetivo diretamente relacionado aos objetivos da empresa;
- descrição superficial dos métodos a serem utilizados;
- destinos previstos com suas justificativas individuais ;
- previsão de cronograma;
- previsão de custos.

Coloquei tudo isso nos slides mais simplões que você conseguir imaginar e apresentei ao diretor da área. Após alguns enxugamentos de escopo e custos (faz parte “_(ツ)_/”), e mais algumas reuniões, recebemos sinal verde para iniciar o planejamento detalhado e as movimentações burocráticas necessárias. **É importante ressaltar aqui que, na época, nosso diretor era um grande patrocinador do trabalho do time, e isso fez muuuita diferença no esforço envolvido para essa aprovação.** Sem essa variável, posso imaginar que as coisas teriam acontecido de uma forma muito diferente.

Planejando a incerteza

Imagine o cenário: você está se preparando para ir para lugares remotos do Brasil, sem nenhum apoio local, sem certeza de conexão de internet que possa quebrar o galho... Ou seja, sem saber o que encontrar à sua disposição.

[Get started](#)[Open in app](#)

Estúdio e casa em Buriti dos Lopes (PI).

Pra rebater a insegurança de deixar passar alguma coisa no planejamento que precisava ser o mais próximo possível do perfeito, utilizei o livro Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim (Robert K. Yin) como principal referência, além de validar os passos principais do que seria a pesquisa com quem estava abraçando o projeto junto comigo.

O delineamento da pesquisa foi o mais extensivo e detalhado possível. Incluiu tudo que manda o figurino: o detalhamento das questões fundamentais e objetivos, os locais a serem abordados dentro de cada cidade, as especificidades do público, e o protocolo geral de perguntas que seriam contempladas pelos diferentes roteiros que adotaríamos ao longo da pesquisa. Além disso, incluía todo o roteiro logístico, listagem de materiais e equipamentos, rituais que deveriam ser adotados por nós e pelo time que ficaria em SP, e uma listagem de eventos inesperados que poderiam acontecer (desde como programaríamos o dia para não passar perrengue de banheiro, até situações de machismo e racismo).

Tudo isso precisava contemplar uma boa dose de flexibilidade, já que estávamos lidando com um cenário de muitas incertezas e variáveis que não tínhamos como antever com precisão.

[Get started](#)[Open in app](#)

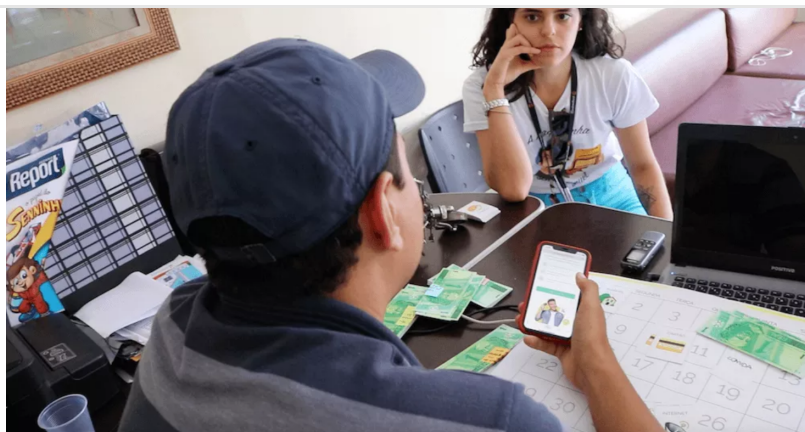
Cidades visitadas. Imagem: Google

Ok, aonde vamos afinal?

Ainda precisávamos bater o martelo sobre as cidades que visitaríamos dentro de cada estado. Elas foram escolhidas por um combinado de características: por serem pequenas, com a média de 50 mil habitantes, o que favoreceria nossa abordagem inesperada (além de fazer sentido estatisticamente para a estratégia que queríamos adotar), e por estarem geograficamente próximas a cidades maiores listadas em relatórios de mercado que utilizamos como referência, além de levarmos em conta dados internos de penetração.

Além disso, fizemos algumas ligações para estabelecimentos locais para confirmar alguns requisitos de perfil e outros de caráter prático. Tivemos de trocar a cidade escolhida em Alagoas, por exemplo, porque a primeira não dispunha de nenhuma pousada, o que inviabilizava nossa ida.

Testamos tudo o que podíamos (de equipamentos a roteiros) e chegava a hora de fazer as malas.

[Get started](#)[Open in app](#)

Entrevistas em Santa Maria do Pará (PA), à esquerda, e em Queimadas (PB), à direita. Fotos: João Vieira

Em campo!

Tínhamos 10 dias dedicados a cada cidade. O primeiro dia contemplava apenas deslocamento. No segundo, fazíamos o reconhecimento do espaço, onde caminhávamos partindo do principal centro comercial da região (feiras locais, mercados públicos e afins) para observar, fazer os primeiros registros, entender os horários de funcionamento do comércio etc. — partindo daí para planejar por onde seguiríamos no primeiro dia de entrevistas. E então dividíamos os dias restantes entre entrevistas rápidas e em profundidade; um momento para visitar num esquema meio "cliente oculto" alguns estabelecimentos citados, e entender melhor alguns serviços da região; e organização da documentação e dos conteúdos gerados. O João, meu companheiro de viagem, é conteudista e sua missão era justamente registrar em foto e vídeo os nossos achados de pesquisa, além de fazer relatos em tempo real para toda a companhia em SP.

[Get started](#)[Open in app](#)

Resultados da primeira fase.

Foi de suma importância começar a tratar o conteúdo das pesquisas a cada cidade. Em primeiro lugar, por conta do volume de informações que foi gerado. Depois, para começar a elaborar algumas das questões que já começavam a surgir e que poderiam se tornar novas hipóteses para testarmos nas cidades seguintes.

Pausa para respirar

Do Amazonas seguimos até o Pará, em Santa Maria do Pará, e, retornamos a SP para recuperar o fôlego por uma semana e avaliarmos se precisávamos de algum ajuste.

A essa altura, o cansaço físico e psicológico já começavam a dar sinais alarmantes em nós dois. Além do calor escaldante que nos fazia voltar à pousada com a roupa encharcada de suor após longas caminhadas, foi uma grande carga emocional escutar e presenciar histórias de vida tão difíceis. E, mesmo com todo o nosso exercício para tentar prever alguns acontecimentos, nada nos preparou para presenciar cenas bem absurdas — incluindo duas situações de violência à mulher — como, infelizmente, aconteceu.

Com todo esse desgaste, resolvemos cancelar o primeiro estado da segunda fase, o Maranhão, para que pudéssemos ficar um pouco mais de tempo em casa, e conseguíssemos colocar as emoções no lugar para o que viria pela frente.

[Get started](#)[Open in app](#)

impactados pelas informações que compartilhamos enquanto ainda estávamos no Norte. Pudemos aprofundar alguns detalhes e colher novas hipóteses para levar adiante. E ainda apresentamos um resultado parcial para a diretoria fazer seus próprios apontamentos.

Fizemos os ajustes no roteiro (que àquela altura já estava completamente rasurado), calibramos a abordagem e já era hora de partir novamente.



Construí atividades lúdicas pra me ajudar nas entrevistas: os emojis (à esquerda) serviam para falar de sentimentos; o tabuleiro (à direita) servia para dar visibilidade à organização das contas. Levamos algumas cartas em branco, para preencher, com o que não antecipamos.

De volta à estrada

Com mais experiência na bagagem e mais direcionamento no roteiro, conseguimos otimizar as interações que tivemos nas entrevistas seguintes. Confeccionamos algumas ferramentas para facilitar a conversa e depois de conhecermos Buriti dos Lopes (PI), Queimadas (PB), e de muitas trocas com o time em São Paulo, resolvemos separar algumas hipóteses que se destacaram e transformá-las em protótipos de conceitos amplos de serviços. Foi dessa forma que aproveitamos o final da nossa estada em Campo Alegre (AL) — e ao fim, no dia 10 de junho, se encerrava a aventura no campo.

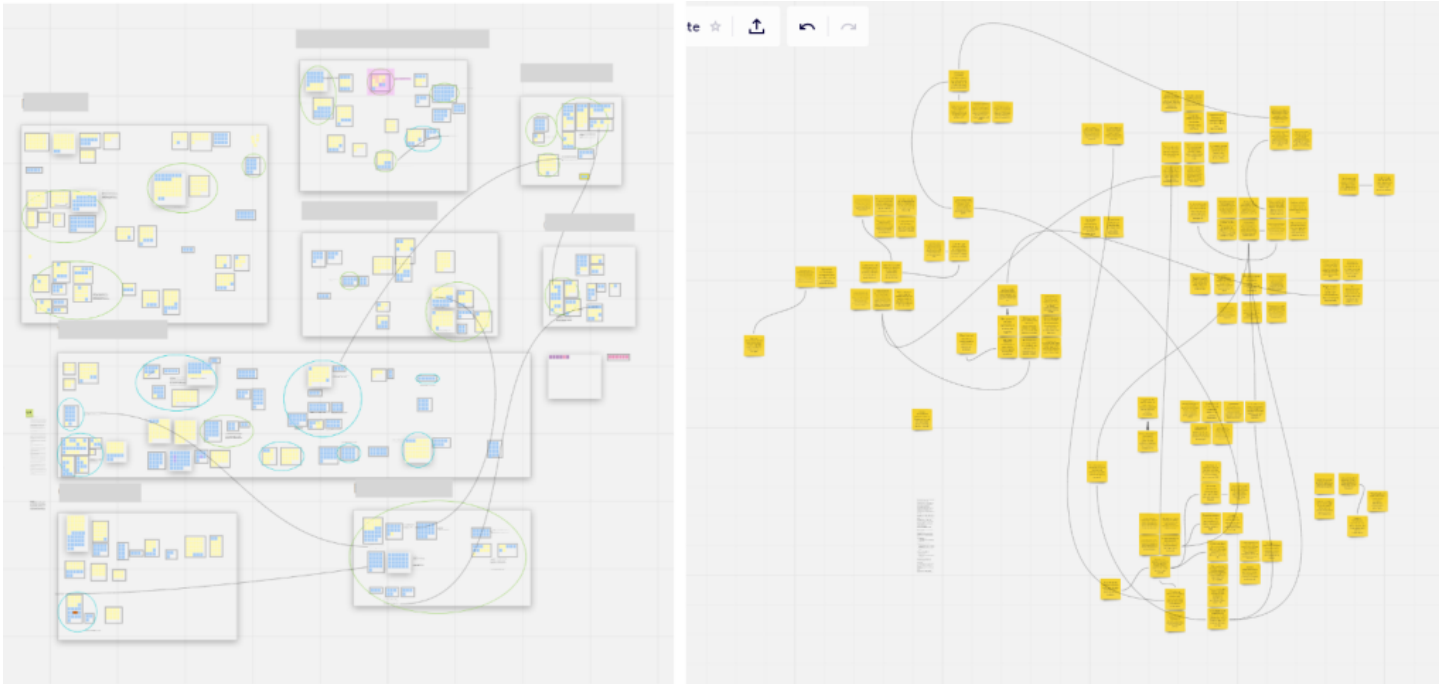
O que foi feito com o aprendizado?

Bem, muitas coisas. Como é de se imaginar, foi um trabalho árduo de gravar todas as entrevistas, analisar, sintetizar e transformar em conhecimento inteligível.

Construímos um repertório tão rico e diverso de informações sobre o público dessas regiões e suas relações, que nos preocupamos em transformá-los em vários formatos

[Get started](#)[Open in app](#)

acessar livremente o conhecimento e adaptá-lo à sua própria frente de trabalho.



Processo de agrupamento e síntese.

Desenvolvemos um site interno que reunia todos os artigos produzidos durante a viagem, todas as fotos, *prints* dos mapas com os nossos deslocamentos a pé, os vídeos produzidos pelo João, a apresentação de todas as pessoas com quem conversamos, os principais temas que sintetizamos e suas evidências, e algumas provocações para que quem estivesse lendo pudesse refletir.

Montamos também uma exposição interativa, que ficou disponível por dois dias, com a presença de pessoas do nosso time para tirar dúvidas, e diversas estações com os conteúdos apresentados de formas distintas. Era uma pegada bem feira de ciências mesmo, e foi uma coisa linda de ver.

Preparamos cartões que resumiam cada tema principal com suas evidências, que as pessoas podiam levar de volta para os seus times e usar como tópicos de discussão. Apresentamos uma palestra interna. Realizamos sessões de cocriação. Recebemos muitos pedidos de reunião para detalhar itens específicos. E, claro, montamos um relatório mais detalhado para a diretoria.

É muito difícil mensurar objetivamente o retorno de uma pesquisa como essa, especialmente estando dentro de um time que tinha um viés cultural, não tão ligado a

[Get started](#)[Open in app](#)

nosso conhecimento do campo em ações práticas.

Alguns exemplos:

- uma funcionalidade que já existia dentro de um dos nossos terminais de pagamento mas que até então havia sido preterida, passou a ser apresentada com destaque no site e na propaganda da TV e se tornou um diferencial de venda;
- Outro serviço sofreu ajustes para refletir o racional do público, e passou a ser melhor compreendido;
- Novos conceitos de produtos e serviços foram prototipados e testados e entregues a outros times.

Muitas pessoas se chocaram com comportamentos que julgavam não mais existir, como hábitos financeiros "ultrapassados". No entanto, os nossos registros mostravam uma realidade que não só comprovava essa existência, como escancarava os motivos por trás dela. E isso ajudou a mostrar como o nosso público de entrevista — antes visto de forma superficial, colocado "dentro de uma caixinha" muito limitada — tinha artimanhas para hackear socialmente um sistema que não o atende.

Descobrimos que nossos produtos concorriam com fatores fora do nosso radar, e revelamos a importância de referências que haviam sido escanteadas. **O tamanho disso é incalculável.**



A galera visitando a exposição ♥

Um ano depois, existe algo que eu faria diferente?

[Get started](#)[Open in app](#)

submeti durante todo o processo de pesquisa, deixou marcas que eu vou carregar comigo por um bom tempo. Isso pra dizer que é impraticável realizar uma experiência como essa em apenas duas pessoas, ainda mais sendo apenas uma pesquisadora.

Isso ainda pode comprometer a qualidade da pesquisa, pois uma pesquisadora cansada tem maior dificuldade em exercer a presença necessária para conduzir a conversa de forma fluida, e tem menor atenção aos vieses. Caso não haja outros membros que possam participar junto, que exista um revezamento, pelo menos. Ou que sejam previstas pausas maiores. O que quero dizer é que **a saúde mental de quem pesquisa não pode ser esquecida no planejamento.**

Outro ponto fundamental, é o comprometimento e a organização da equipe de apoio. No nosso caso, o time que ficou em SP tinha dedicação limitada, pois ainda precisava dar conta de outras demandas da empresa. Também não tínhamos apoio nas cidades onde estávamos, então imagine o bololô (e a solidão que sentimos em certos momentos em que esse apoio não podia ser concretizado). É preciso uma organização e integração de time pra que isso aconteça da forma mais fluida possível.

Muitas pessoas pesquisadoras ainda romantizam muito uma pesquisa como essa. Eu mesma passei por esse processo de desconstrução. Hoje eu posso dizer que, sim, é lindo demais poder dar um mergulho tão profundo em realidades tão diferentes da nossa, mas não subestime o enorme impacto pessoal que essa experiência terá sobre você.

Apesar de tudo que eu faria diferente, tenho muito orgulho da Rafa que bateu na porta do diretor com um slide simplão pra vender essa ideia e que passou por tudo isso aí. Hoje eu enxergo o mundo sob lentes bem diferentes.

. . .

[Get started](#)[Open in app](#)

João e eu, em Campo Alegre (AL), no nosso último dia de pesquisa, exibindo toda a nossa superestrutura de campo (contém ironia). O cansaço foi sobrescrito pela felicidade do sentimento de missão cumprida.

Meu muito obrigada a João Vieira, companheiro de jornada; Fernanda Batista,

[Get started](#)[Open in app](#)

pesquisa (risos), Renata Bertolini, que me apoiou incondicionalmente; Luisa Miguere, que aguentou minhas pitangas e é a melhor revisora do universo; Felipe Saueia, que segurou a peteca dos protótipos; e a todo o beta pela paciência e apoio: vocês estarão sempre no meu ♥. Um enorme obrigada à Leyd Contreras, que nos ajudou a lidar com toda a burocracia e desembaraçou com maestria os caminhos logísticos. E um obrigada à Renata Martinez por dedicar alguns minutos do seu tempo pra compartilhar conhecimento comigo antes de tudo isso começar.



O UX Collective doa US\$1 para cada artigo publicado na nossa plataforma. Esta história contribuiu para o [UX Para Minas Pretas](#) (UX For Black Women), uma organização Brasileira focada em promover equidade para mulheres Pretas na indústria de tech através de iniciativas de ação, empoderamento, e troca de conhecimento. Silêncio contra o racismo sistêmico enraizado na sociedade não é uma opção. Contrua a comunidade de design na qual você acredita.

Sign up for UX Collective Brasil

By UX Collective BR

Design. Feito no Brasil. [Take a look.](#)



Get this newsletter

[Research](#)[Etnografia](#)[UX](#)[UX Research](#)[User Experience](#)[About](#) [Write](#) [Help](#) [Legal](#)

Get the Medium app

Get started

Open in app

