

# Design Thinking

Karen Andressa de Carvalho

Mestrado em Computação Aplicada

IHC

Prof<sup>ª</sup>. Isabela Gasparini



“É um processo de pensamento crítico e criativo que permite organizar as informações e ideias, tomar decisões, aprimorar situações e adquirir conhecimento.”

BURNETTE, 2018



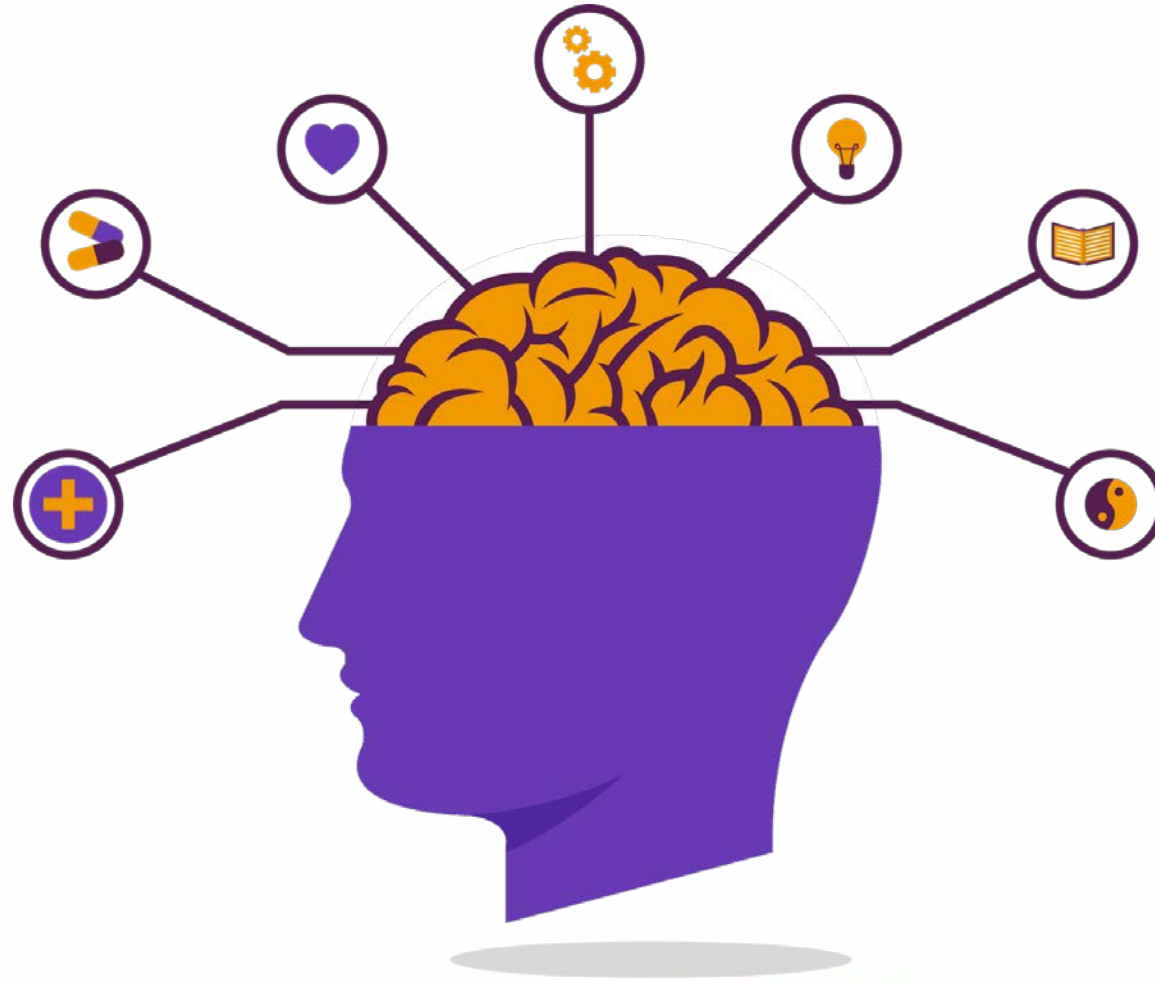
“Podemos definir o Design Thinking como um novo jeito de pensar e abordar problemas, ou dito de outra forma, um modelo de pensamento que coloca as pessoas no centro da solução de um problema.”

GONSALES, 2017



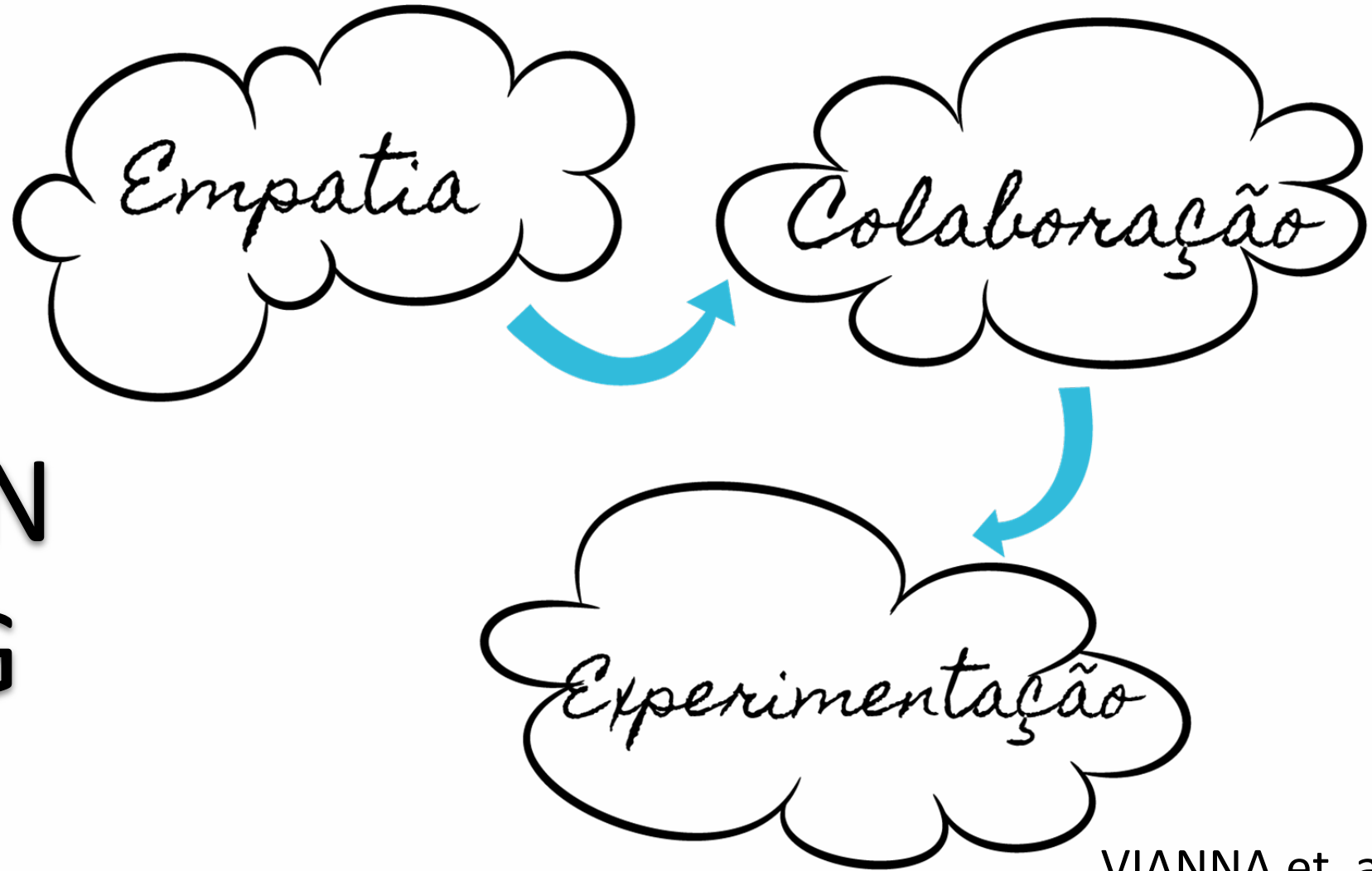






	Pesquisa de design	Pesquisa de mercado
<b>Foco</b>	Nas pessoas.	Nas pessoas.
<b>Objetivo</b>	Pretende entender culturas, experiências, emoções, pensamentos e comportamentos de forma a reunir informações para inspirar o projeto.	Pretende entender comportamentos a partir do que as pessoas fazem, ou dizem que fazem para prever o que fariam numa nova situação e gerar soluções a partir disso.
<b>Levantamento de dados</b>	Através da interação entre pesquisador e sujeito da pesquisa, principalmente a partir de conversas semi-estruturadas.	Priorizando questionários e entrevistas estruturadas.
<b>Amostragem</b>	Representa qualitativamente a amostra e busca por perfis de usuários extremos, pois o raro e o obscuro nas observações podem levar a uma nova e interessante ideia.	Representa a amostra estatisticamente, com o objetivo de entender as respostas das massas, frequentemente ignorando pontos fora da curva. análise dos dados requer um ponto de vista objetivo, sendo crítico evitar vieses.
<b>Tipo de informação coletada</b>	Comportamentos, objetos e palavras que as pessoas usam para expressar sua relação com as coisas e processos ao seu redor.	Opiniões e comportamentos das pessoas quanto à situação atual ou à expectativa de contextos futuros.

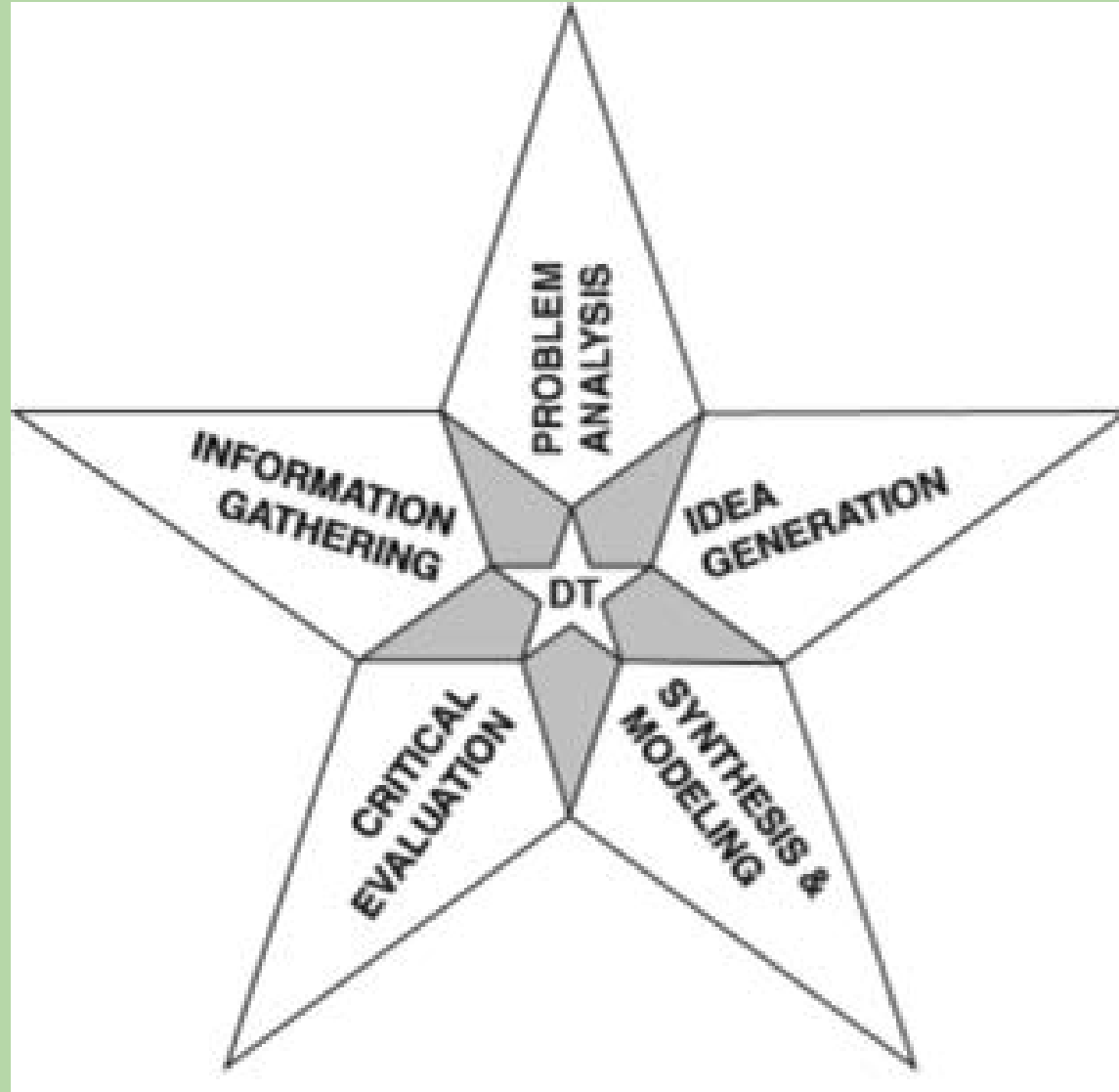
# PILARES DO DESIGN THINKING



VIANNA et. al., 2012



# PILARES DO DESIGN THINKING



PRESSMANN, 2019

# ETAPAS

**IMERSÃO**



**ENTENDIMENTO**

**IDEAÇÃO**



**CRIAÇÃO**

**PROTOTIPAÇÃO**



**TESTE**

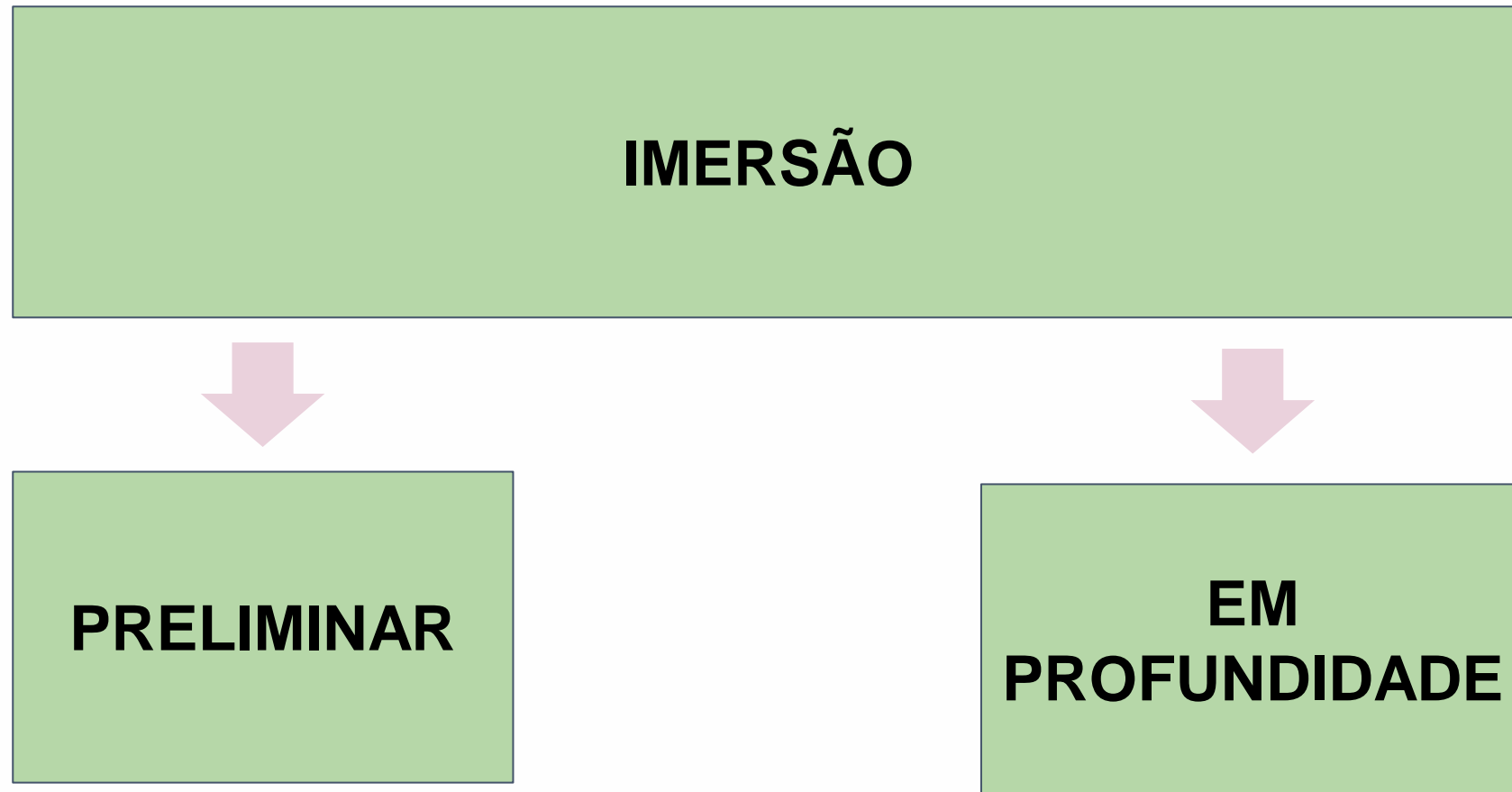




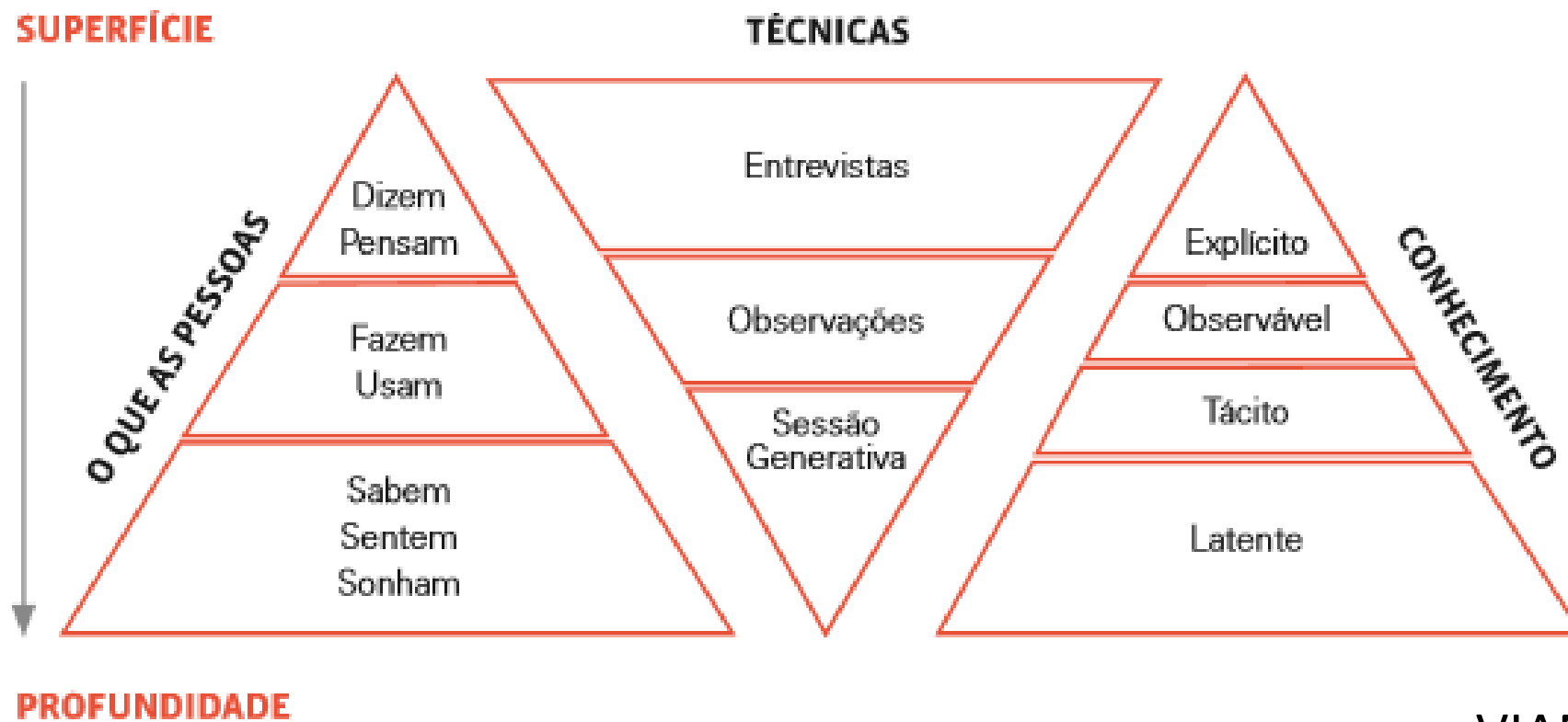
# IMERSÃO

“A primeira fase do processo de Design Thinking é chamada Imersão. Nesse momento a equipe de projeto aproxima-se do contexto do problema, tanto do ponto de vista da empresa (o cliente) quanto do usuário final (o cliente do cliente).” VIANNA et. al., 2012





# Imersão



VIANNA et. al., 2012



# Imersão preliminar

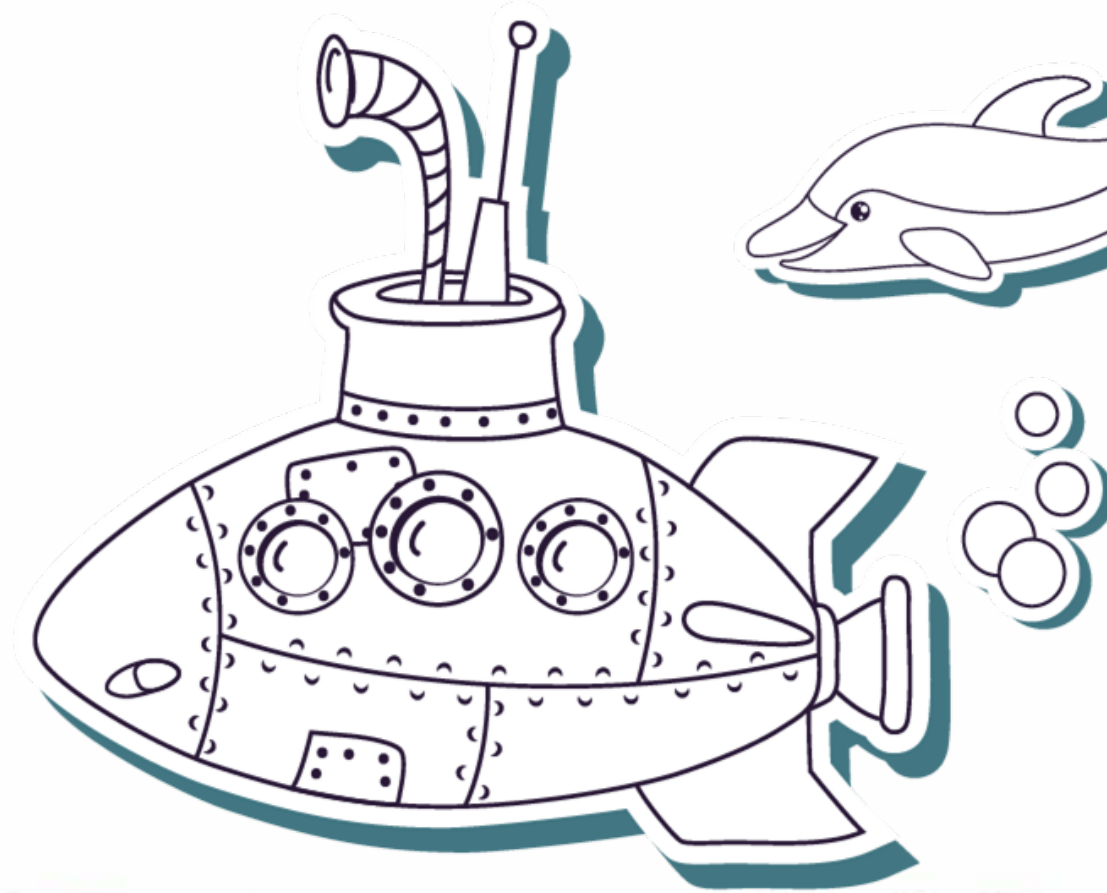




# Técnicas aplicadas



# Imersão em profundidade



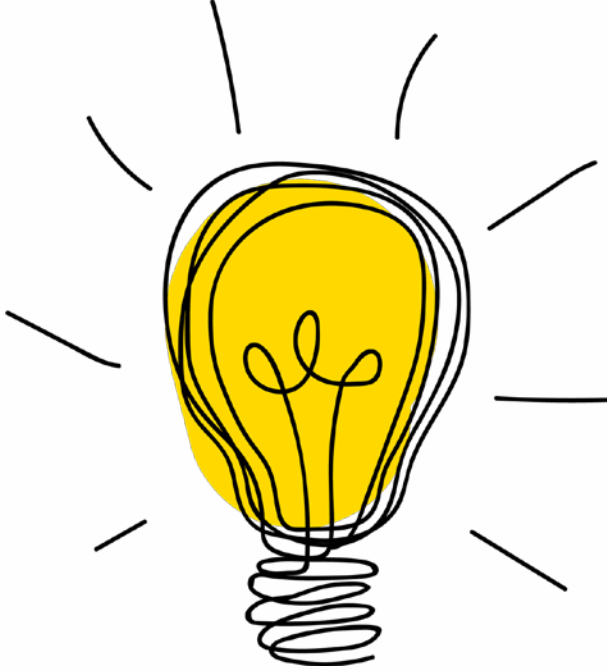


# Análise e síntese









# IDEAÇÃO

“Essa fase tem como intuito gerar ideias inovadoras para o tema do projeto e, para isso, utilizam-se as ferramentas de síntese criadas na fase de análise para estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado.” (VIANNA et. al., 2012)



# PROTOTIPAÇÃO



“A Prototipação tem como função auxiliar a validação das ideias geradas e, apesar de ser apresentada como uma das últimas fases do processo de Design Thinking, pode ocorrer ao longo do projeto em paralelo com a Imersão e a Ideação.” (VIANNA et. al., 2012)



# Referências

- [1] VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar; ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz; **Design Thinking: inovação em negócios**. MJV Press, 2012.
- [2] LEWRICK, Michael; LINK, Patrick; LEIFER, Lerry. **The Design Thinking Playbook: mindful digital transformation of teams, products, services, businesses and ecosystems**. Wiley, 2018.
- [3] PRESSMAN, Andrew. **Design thinking : a guide to creative problem solving for everyone**. Routledge, 2019.
- [4] BURNETTE, Charles. **A Theory of Design Thinking**. 2009.
- [5] GONSALES, Priscila. **Design Thinking e a ritualização de boas práticas educativas**. Instituto Educadigital, 2017.

