





DESIGN THINKING

O QUE É DESIGN THINKING?

Design Thinking é o conjunto de métodos e processos para abordar problemas, relacionados à aquisição de informações, análise de conhecimento e propostas de soluções. Como uma abordagem, é considerada a capacidade para combinar empatia em um contexto de um problema, de forma a colocar as pessoas no centro do desenvolvimento de um projeto;



Ligia Fascioni

O design thinking é uma ferramenta de inovação; é uma abordagem predominantemente de gestão, que se vale de técnicas que os designers usam para resolver problemas.



O QUE É DESIGN THINKING?

Um conjunto de princípios que podem ser aplicados por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas.



Tim Brown



Makako Werner

Um forma diferente, de fazer algo novo ou não, onde todos possam fazer parte da experiência em um processo co-criativo, colaborativo e de compartilhamento de informações.

DESIGN X DESIGN THINKING

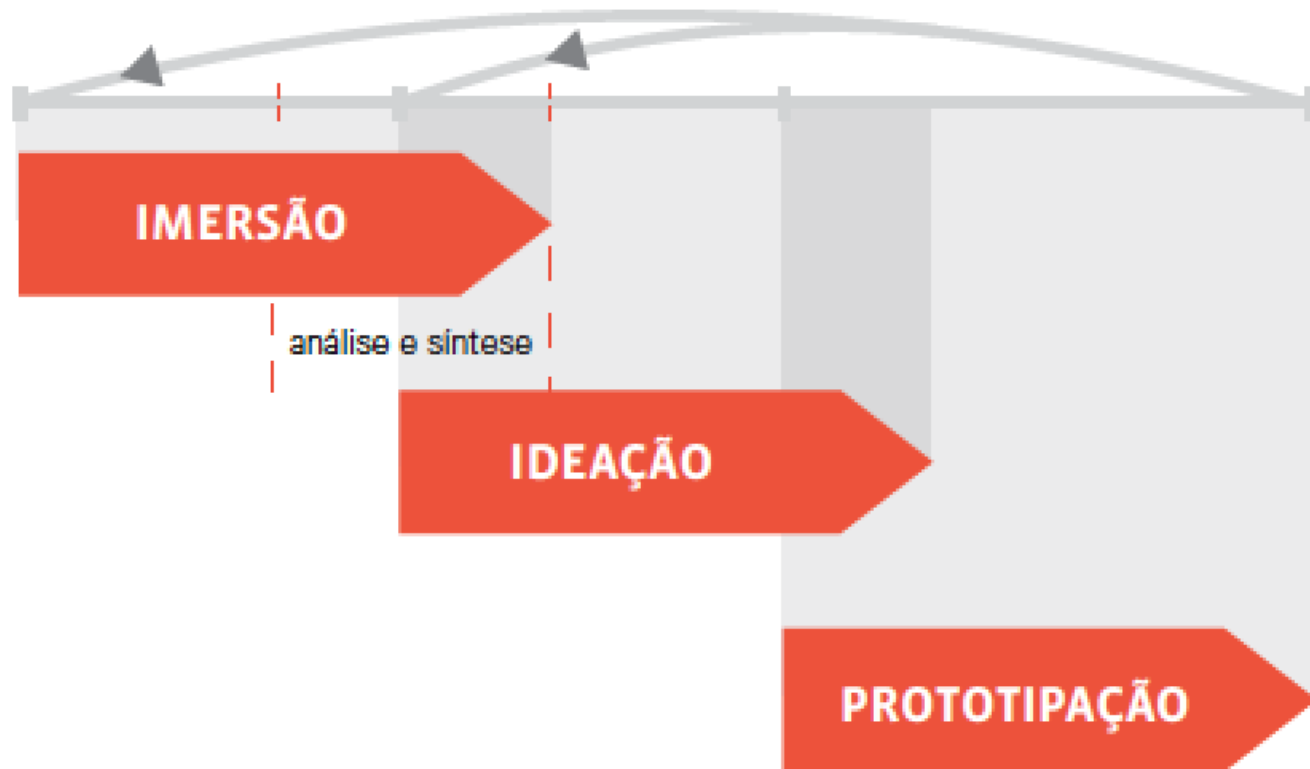
Design

PROCESSO PESSOAL
FÓRMULA SECRETA
CRIATIVIDADE INTUITIVA
TALENTO
MÍSTICO E PRIVADO

Design
Thinking

PROCESSO COLABORATIVO
OPEN SOURCE
CRIATIVIDADE APLICADA
POTENCIAL HUMANO
CONSTRUÍDO E ABERTO

DESIGN THINKING



DESIGN THINKING - O QUÊ É?

1



Problema

2



Pesquisa

3



Idealizar

4



Prototipar

5

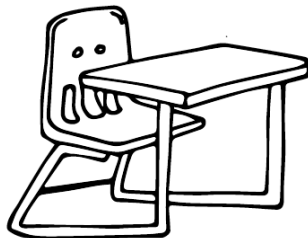


Evolução

COMEÇANDO...



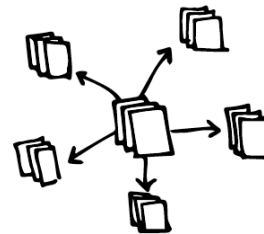
CURRÍCULO



ESPAÇOS



PROCESSOS E FERRAMENTAS



SISTEMAS

PRONTOS?

O PROCESSO

Foto: HUB Escola



 **DESCOBERTA**

Foto: Educadigital



 **INTERPRETAÇÃO**

Foto: Educadigital



 **IDEAÇÃO**

Foto: Educadigital



 **EXPERIMENTAÇÃO**

Foto: Educadigital



 **EVOLUÇÃO**

1**DESCOBERTA**

Eu tenho um desafio.
Como posso abordá-lo?

2**INTERPRETAÇÃO**

Eu aprendi alguma coisa.
Como posso interpretá-la?

3**IDEAÇÃO**

Eu vejo uma oportunidade.
Como posso criar?

4**EXPERIMENTAÇÃO**

Eu tenho uma ideia.
Como posso concretizá-la?

5**EVOLUÇÃO**

Eu experimentei alguma coisa nova.
Como posso aprimorá-la?

PASSOS

1 - 1 Entenda o desafio

1 - 2 Prepare a pesquisa

1 - 3 Reúna inspirações

2 - 1 Conte histórias

2 - 2 Procure por
significados

2 - 3 Estruture
oportunidades

3 - 1 Gere ideias

3 - 2 Refine ideias

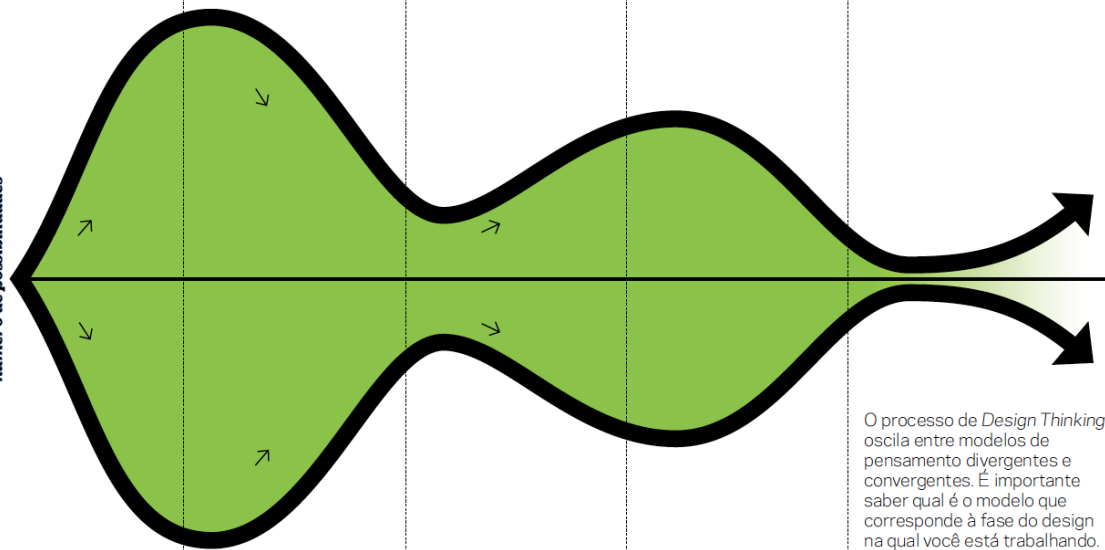
4 - 1 Faça protótipos

4 - 2 Obtenha feedback

5 - 1 Acompanhe o aprendizado

5 - 2 Avance

número de possibilidades



O processo de *Design Thinking* oscila entre modelos de pensamento divergentes e convergentes. É importante saber qual é o modelo que corresponde à fase do design na qual você está trabalhando.

O PROCESSO

1

DESCOBERTA



*Descoberta significa estar aberto a
novas oportunidades, inspirar-se e
criar novas ideias.*

1

DESCOBERTA

Revise o desafio

Compartilhe o que você sabe

Monte sua equipe

Defina seu público

Refine seu plano

COMPARTILHAR

1

DESCOBERTA

Compartilhe o que você sabe

Exponha o desafio em um lugar onde todo mundo possa ver. Com o grupo, escreva o que você sabe sobre o novo tema. Coloque cada informação em um papel adesivo (tipo post-it). Leia cada um dos seus papéis adesivos em voz alta, e os pendure abaixo do desafio de design.



1

DESCOBERTA

Defina o que você quer saber

Escreva e compartilhe o que você não sabe ou ainda não entendeu sobre o desafio. Exponha essas questões em uma área diferente.



1

DESCOBERTA

Construa sobre o conhecimento que você já tem e preencha as lacunas

Agrupe os papéis adesivos em temas e os utilize para planejar sua pesquisa nos passos seguintes.

A photograph of a collaborative workspace. Several whiteboards are visible, each covered with numerous colorful sticky notes (pink, yellow, green, blue) arranged in vertical columns. In the foreground, a light-colored wooden table is surrounded by colorful chairs (purple, yellow, red, green). On the table, there are some small objects, including a box of sticky notes and some pens.

O desafio escolhido vai impactar diretamente a vida de quem?

1

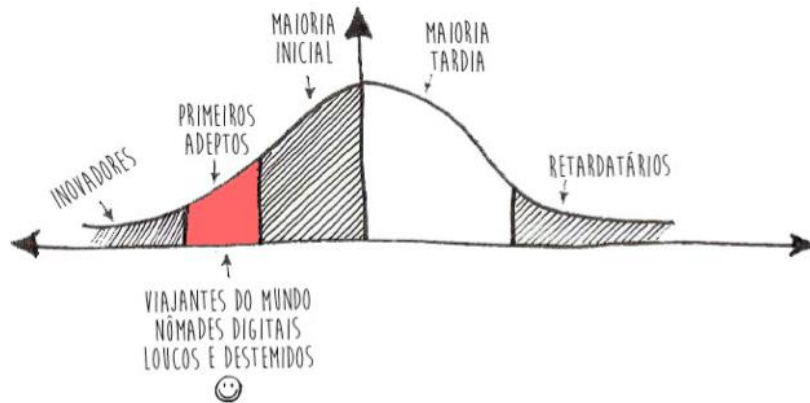
DESCOBERTA

Prepare a pesquisa:

Um bom questionário pode ser aplicado com potenciais agentes envolvidos e impactados no processo.

AMA
M

ODEI
AM



Pesquisa Primária

É a pesquisa cujos dados são coletados diretamente da fonte de informação. Por exemplo, quando se realiza uma entrevista para entender o que o indivíduo pensa, sente e faz.

Pesquisa Secundária

Aquela pesquisa que é realizada com fontes de informação que já foram previamente publicadas por terceiros. Por exemplo, quando se lê em uma revista, jornal ou na internet uma entrevista já realizada anteriormente.

2

INTERPRETAÇÃO



A Interpretação transforma suas histórias em insights valiosos.

INTERPRETAÇÃO

Documento seus aprendizados

Compartilhe histórias inspiradoras

Quando você sai de uma observação, é comum se sentir inundado pela quantidade de informações que absorveu. Use a primeira meia hora imediatamente após a sessão para começar a documentar o que aprendeu.



2

INTERPRETAÇÃO

Procurar significados

Encontre temas

Decifre as descobertas

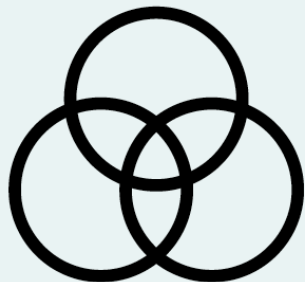
Defina insights

Quando você sai de uma observação, é comum se sentir inundado pela quantidade de informações que absorveu. Use a primeira meia hora imediatamente após a sessão para começar a documentar o que aprendeu.

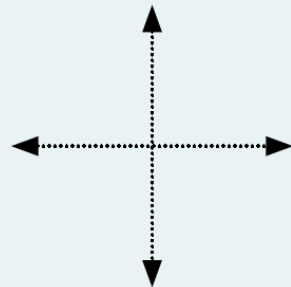
Fluxograma



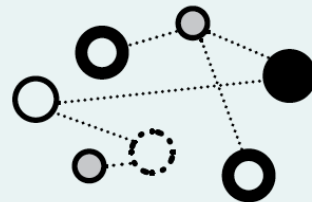
Diagrama de Venn



Matriz dois por dois



Mapa relacional



2

INTERPRETAÇÃO

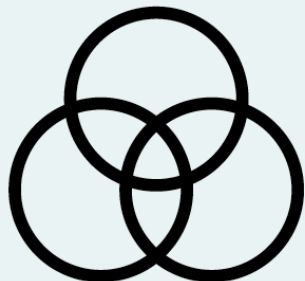
Procurar significados
Encontre temas
Decifre as descobertas
Defina insights

Quando você sai de uma observação, é comum se sentir inundado pela quantidade de informações que absorveu. Use a primeira meia hora imediatamente após a sessão para começar a documentar o que aprendeu.

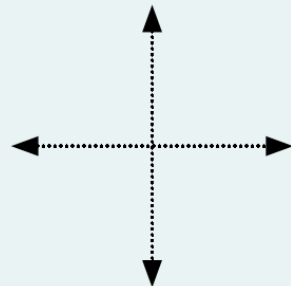
Fluxograma



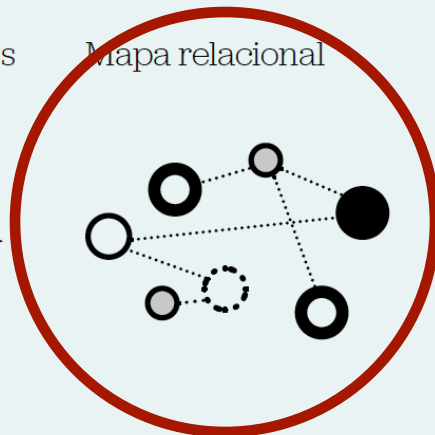
Diagrama de Venn



Matriz dois por dois



Mapa relacional



3

IDEAÇÃO



*O brainstorming encoraja a
pensar de forma expansiva e sem
amarras.*

3

IDEAÇÃO

Brainstorm

Prepare-se para o brainstorming
Facilite o brainstorming
Selecione ideias promissoras
Esboce para pensar

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.

Evite o julgamento. Não há más ideias nesta altura. Haverá bastante tempo para selecioná-las depois.

Encoraje as ideias ousadas. Mesmo que algo não pareça realista, pode estimular uma ideia em outra pessoa.

Construa em cima das ideias dos outros. Acrescente às ideias utilizando “e”. Evite o uso da expressão “mas”.

Foque o tópico. Para aproveitar melhor a sessão, mantenha em mente a questão de *brainstorm*.

Uma conversa de cada vez. Todas as ideias precisam ser ouvidas, para que se possa construir em cima delas.

Seja visual. Desenhe suas ideias, em vez de só escrevê-las. Bonecos palito e esboços simples podem dizer mais do que muitas palavras.

Quantidade é melhor que qualidade. Defina um objetivo exorbitante – e o ultrapasse. A melhor forma de encontrar uma boa ideia é ter várias ideias.

Erros são bem-vindos. Aceite erros e falhas – pense no exagero como parte do processo. Não desestime seu colega de grupo que apontou uma ideia equivocada.

3

IDEAÇÃO

Descreva sua ideia

- Escolha um título para sua ideia
- Resuma sua ideia em uma única frase
- Descreva como sua ideia funcionaria
- Nomeie as pessoas que estão envolvidas tanto
em construí-la quanto em usá-la
- Explique as necessidades e as oportunidades identificadas durante a pesquisa de campo
- Ilustre o valor e o benefício para cada pessoa envolvida
- Liste questões e desafios.

4

EXPERIMENTAÇÃO



*Construir protótipos significa
tornar as ideias tangíveis,
aprender enquanto as constrói
e dividi-las com outras pessoas.*

4

EXPERIMENTAÇÃO

Mãos à obra!

Crie um protótipo

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.

4

EXPERIMENTAÇÃO

Níveis de fidelidade

Um protótipo pode ser desde uma representação conceitual ou análoga da solução (baixa fidelidade), passando por aspectos da ideia, até a construção de algo o mais próximo possível da solução final (alta fidelidade).

fidelidade



Baixa

Representação conceitual/ análoga à ideia

Média

Representação de aspectos da ideia

Alta

"Mock-up" da ideia: representação mais similar possível da ideia.

4

EXPERIMENTAÇÃO



4

EXPERIMENTAÇÃO

FeedBack

Identifique fontes para feedback

Selecione participantes

Construa um roteiro de perguntas

Facilite as conversas de feedback

..... Documente os aprendizados do feedback

Integre o feedback

Identifique as necessidades

Construa um roteiro de perguntas

Uma boa conversa de *feedback* é uma mescla de reações espontâneas ao seu protótipo e perguntas estruturadas para comparar as opiniões de várias pessoas sobre o mesmo tópico. Prepare um roteiro de perguntas que o ajude a navegar em ambos os lados.

4

EXPERIMENTAÇÃO

Fora do roteiro...

Compartilhe suas impressões

Discuta a conversa com seu grupo. Compare os aprendizados. Tome notas sobre essa conversa. Considere usar o seguinte roteiro:

- O que os participantes mais valorizaram?
- O que os animou?
- O que os convenceria sobre a ideia?
- Que partes os participantes gostariam de melhorar?
- O que não funcionou?
- O que precisa de mais investigação?

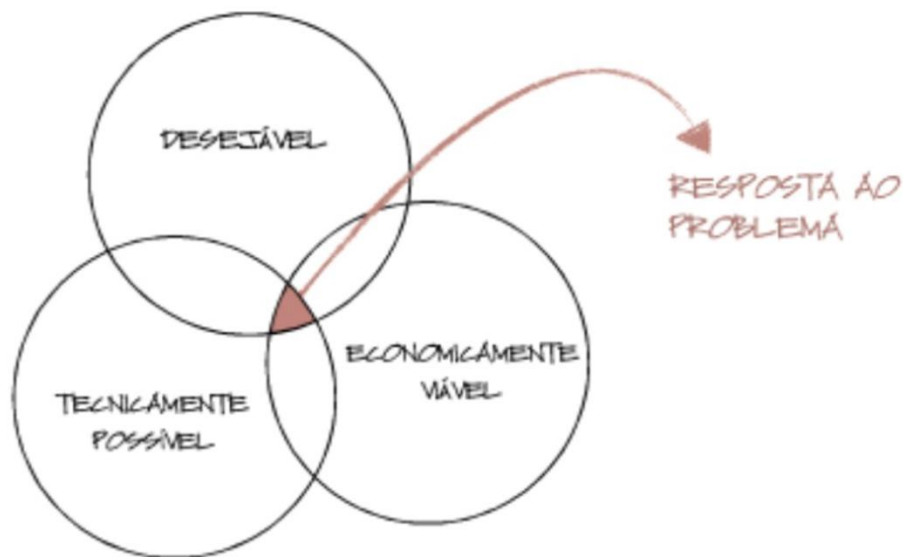
**LEGO®
SERIOUS
PLAY®**



4

EXPERIMENTAÇÃO

Fora do roteiro...



5

EVOLUÇÃO



*A evolução é o
desenvolvimento do seu
conceito no tempo.*

5

EVOLUÇÃO

Vamos voltar!

Defina sucesso

Documente o progresso



Seja um apaixonado pelo problema



Problema!

Explorar o contexto versus Romper o contexto:

Explorar o contexto: é mergulhar mais profundamente na afirmação de problema original;

Romper o contexto: é quando você se afasta completamente do contexto inicial do problema;

Pesquisa

Existem dois tipos básicos de pesquisa:

Pesquisa Primária: o que você já sabe sobre o assunto/temática, o que com a sua experiência você já sabe;

Pesquisa Secundária: o que você pesquisou, o que foi além do seu conhecimento;

Pesquisa

Contar histórias

Documente seus aprendizados

Compartilhe histórias inspiradoras



Criação

Quanto mais melhor, quanto mais ideia melhor.
Lembrem-se, uma ideia não vale NADA, absolutamente NADA!

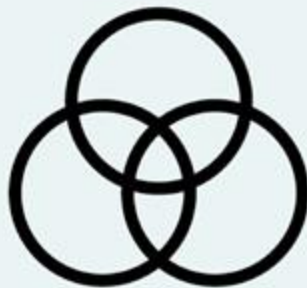
Escolha um método;
Torne ele visual;
Agrupe as ideias;
Concentre elas em grandes grupos;

Criação

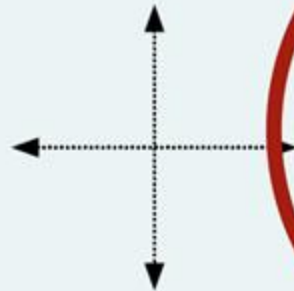
Fluxograma



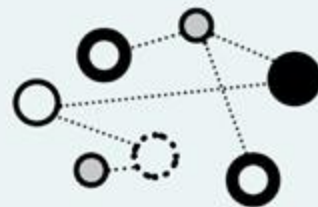
Diagrama de Venn



Matriz dois por dois



Mapa relacional



Prototipar

fidelidade



Baixa

Representação conceitual/ análoga à ideia

Média

Representação de aspectos da ideia

Alta

"Mock-up" da ideia: representação mais similar possível da ideia.





Como implementar isso no dia a dia?

Constancia

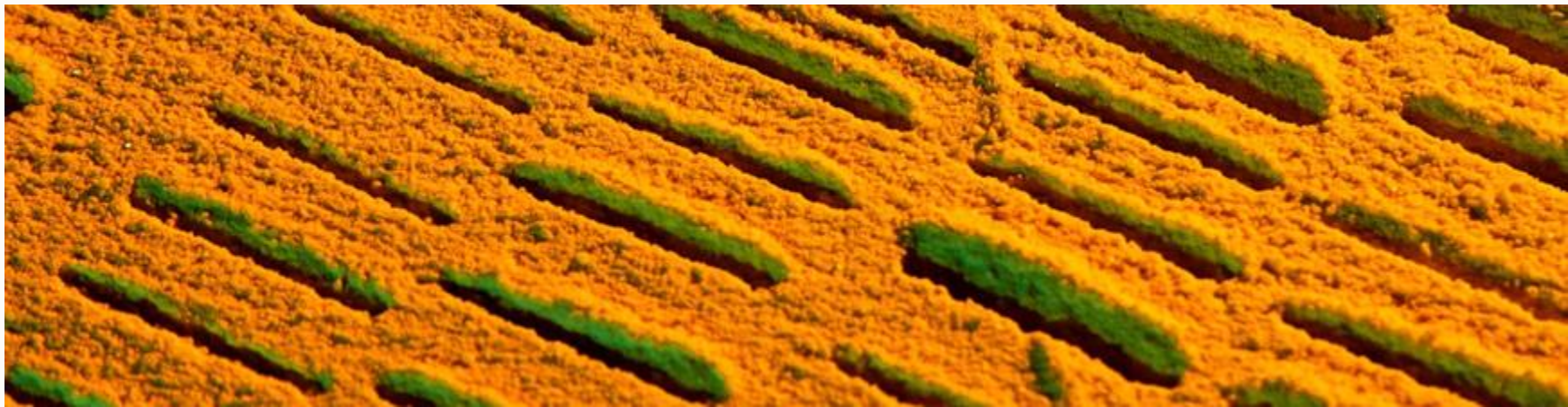
Criatividade precisa ser constante, todo dia mais e mais!

Documentar

Deixa visual, quanto mais visual for o processo melhor é o resultado.

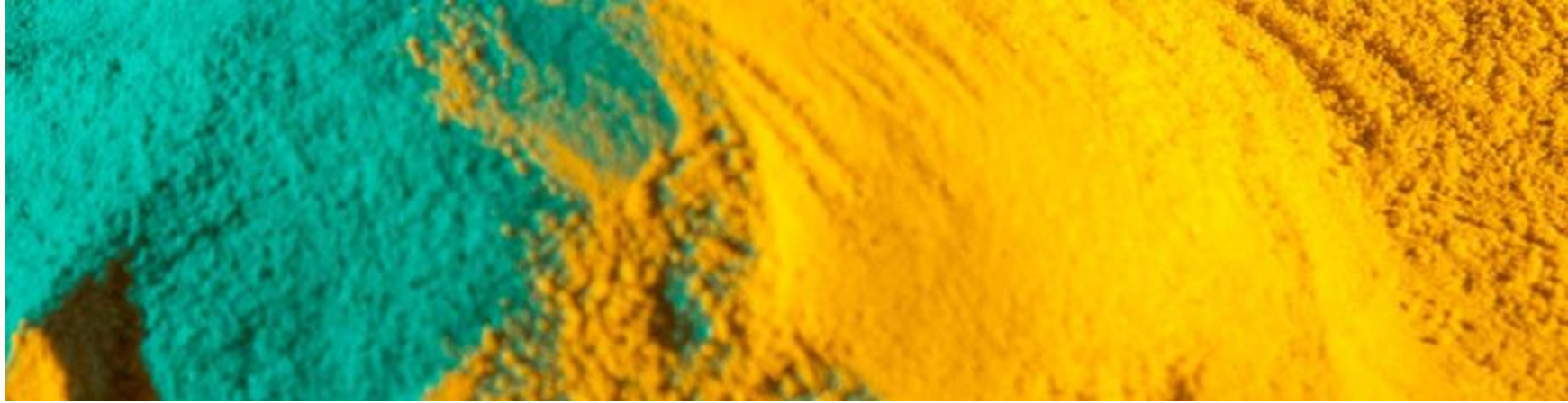
Facilitar

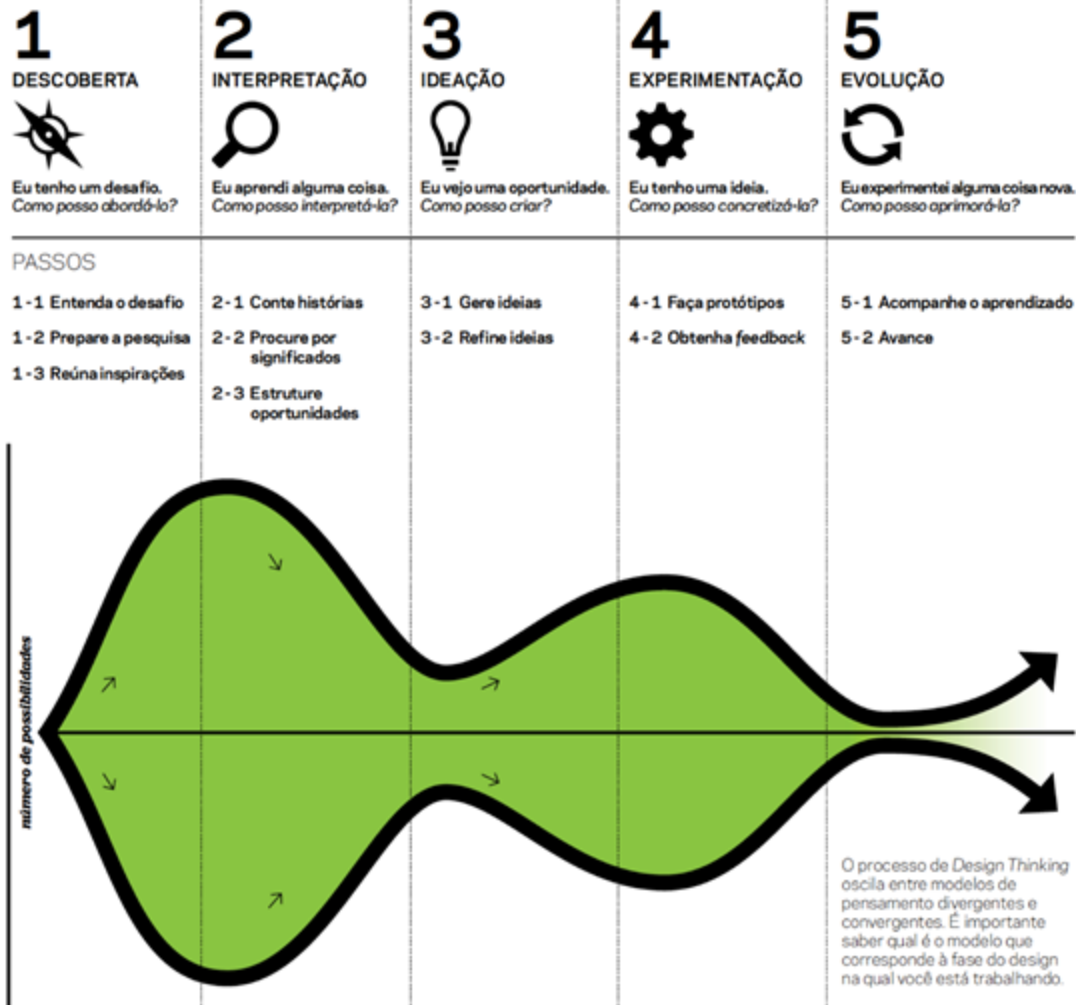
Diminua o problema, simplifique a ação, teste e mude rapidamente.



Pensar em conjunto

As maiores empresas do mundo pensam em conjunto, co-criam a todo momento com seus consumidores.





RoadMap Design Thinking

01

Problema

Contexto e Re-Contexto

02

Pesquisa

Primária e Secundária

03

Criação

Quantidade

04

Prototipação

Rápida, veloz. Errar rápido.

05

Verificação

Ajustar e seguir. Ouvir e documentar.