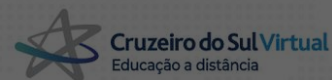


# Nós em Questão



**Conteudista: Prof. Rafael Biazão**

**Revisão Textual: Prof. Me. Luciano Vieira Francisco**

≡ APRESENTAÇÃO

≡ MATERIAL DIDÁTICO

≡ LEITURAS RECOMENDADAS

≡ #FICADICA

≡ CONSIDERAÇÕES FINAIS

≡ REFERÊNCIAS

# APRESENTAÇÃO

---

---

**Pergunta Estímulo:** Qual será o seu projeto de intervenção comunitária?

## Apresentação do Módulo

Agora que você já refletiu sobre as suas competências, já compreendeu que a soma das diferenças é importante para inovar e que competências múltiplas torna a sua equipe complementar, chegou a hora de definir qual será a intervenção comunitária.

Antes de qualquer coisa, vale ressaltar que não existem soluções de prateleira para questões sociais. Ou seja, não existem soluções prontas que você pega de um lugar, aplica no outro e pronto.

Inspirar-se em uma iniciativa pode ser interessante, mas você deverá avaliar contextos específicos do seu território para aplicar a solução. Suponhamos que você tenha visto um programa de formação empreendedora que apresentou excelentes resultados. Não é recomendável que você simplesmente pegue a mesma metodologia, aplique-a com determinado grupo e espere que os resultados sejam os mesmos. Você precisará avaliar alguns pontos básicos, tais como:

- Se o conteúdo tem uma linguagem acessível;

- Compreender o tempo que os empreendedores do seu território terão para dedicar;
- Se a metodologia está partindo de algum pressuposto de investimento e se os empreendedores do seu território terão condições de fazer estes investimentos;
- Questões culturais que diferenciam os dois grupos;
- Legislação local referente à formalização de negócios ou possíveis licenças de operação;
- Perfil dos negócios apoiados;
- Entre tantos outros pontos.

E mais importante do que tudo isso é avaliar se uma formação empreendedora realmente é o que o seu território precisa e quer.

Sabe quando é o seu aniversário e você está precisando de uma coisa, cria a expectativa de que alguém lhe presenteará com aquilo, mas você recebe uma coisa que lhe será completamente inútil? Então, isso também acontece quando fazemos uma ação de intervenção comunitária sem ouvir a comunidade. Os beneficiários podem até achar legal, mas se você tivesse perguntado antes, poderia fazer algo que de fato seria transformador para aquela comunidade.

Assim, esta Unidade será onde você e a sua equipe realizar um estudo a fundo para definir o que de fato farão como ação de intervenção comunitária.

Preparados?

**i** **Atenção, estudante! Aqui, reforçamos o acesso ao conteúdo *online* para que você assista à videoaula. Será muito importante para o entendimento do conteúdo.**



"Sonhar é verbo, é seguir,  
é pensar, é inspirar,  
é fazer força, insistir,  
é lutar, é transpirar.  
São mil verbos que vêm antes  
do verbo realizar.  
Sonhar é ser sempre meio,  
é ser meio indeciso,  
meio chato, meio bobo,  
é ser meio improvisado,  
meio certo, meio errado,  
é ter só meio juízo.  
Sonhar é ser meio doido  
é ser meio trapaceiro,  
trapaceando o real  
pra ser meio verdadeiro.  
Na vida, bom é ser meio,  
não tem graça ser inteiro.  
O inteiro é o completo,  
não carece acrescentar,  
é sem graça, é insosso,  
é não ter por que lutar.  
Quem é meio é quase inteiro  
e o quase nos faz sonhar."

- **BRAÚLIO BESSA**

# MATERIAL DIDÁTICO

---

## *Design Thinking*

Para apoiar todo o processo utilizaremos a metodologia *design thinking*, que se trata de uma estratégia criativa e prática, centrada no trabalho colaborativo. Desenvolvido a partir da colaboração, parte do entendimento das necessidades de outros, por meio da geração rápida de ideias, para a criação de soluções inovadoras para problemas reais.

Adotado por profissionais e organizações, principalmente no mundo dos negócios, tem influenciado outras áreas na atualidade, como uma forma de encontrar, abordar e solucionar problemas por meio de *mindset* dos *designers*.

Como estratégia pedagógica, possibilita colocar os alunos no centro da atividade, envolvendo criatividade para a geração de soluções e razão para analisar e adaptar as soluções para contextos determinados, gerando resultados mais desejáveis e tecnicamente possíveis de serem transformados em realidade. Essa estratégia procura fazer com que o aluno vivencie todas as etapas do *design thinking* para a criação de soluções para problemas reais.

Para utilizar esta metodologia como ferramenta de construções de soluções para o território, três conceitos serão fundamentais durante todo o processo: empatia, colaboração e experimentação.

## **DESIGN THINKING PARA EDUCADORES**

A metodologia é estruturada em cinco fases.

1

**Descoberta:**

Eu tenho um desafio.  
Como posso abordá-lo?

2

**Interpretação:**

Eu aprendi alguma coisa.  
Como posso interpretá-lo?

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?

As duas primeiras etapas, **descoberta** e **interpretação**, referem-se ao momento em que o grupo inicia uma trajetória de investigação e aprofundamento sobre o problema. A terceira é a **ideação**, quando são geradas e qualificadas as ideias. A quarta, **experimentação**, é quando são produzidos os protótipos e testes das soluções encontradas. Ao final ocorre a **evolução**, quando as soluções são aplicadas e constantemente avaliadas para tanto medir resultados quanto aprimorar métodos.

A metodologia, apesar de aparentar ter fases muito bem definidas, exige constante processo de revisita a etapas anteriores. Por isto o diagrama que melhor representa o que faremos é o do duplo diamante:



Note que a fase de ideação neste modelo passa a ser um constante movimento de redefinir e refinar. Começando:

**Em equipe, deve-se iniciar o processo passando por três etapas:**

1. Defina o desafio;
2. Crie um plano de projeto;
3. Crie um cronograma.

# ***Caderno de Atividades***

***Design  
Thinking***  
PARA EDUCADORES

**MEU DESAFIO:**

Para acompanhar as explicações de cada etapa, faça o *download* do **Caderno de Atividades Completo** ou **por Fases** para realizar o preenchimento do projeto.

**Páginas utilizadas:**

- **Descoberta** – [Download](#)  
(Páginas 9 a 17)
- **Interpretação** – [Download](#)  
(Páginas 21 e 23)
- **Ideação** – [Download](#)  
(Página 30)
- **Caderno de Atividades Completo** – [Download](#)



---

## Defina o Desafio

### Sessão de sonhos e pesadelos:

Encontrar oportunidades quase sempre é resultado da percepção de um problema. Algumas vezes elas aparecem como desejos. Exemplo: "eu gostaria muito que minha escola tivesse \_\_\_\_\_".

Outras vezes aparecem como reclamações: "me irrita que nós não \_\_\_\_\_".

Qualquer começo é bom. Compartilhe os seus sonhos e pesadelos com os demais do grupo e tente extrair daí oportunidades de projetos de intervenção comunitária. Vale também pensar nos problemas e nas dificuldades de pessoas próximas a você.

Depois, transforme essas constatações em desafios possíveis. Comece a sua questão, por exemplo, em "como podemos..." – isto transforma os problemas que você vê em oportunidades de ação de intervenção comunitária.

**Figura 1**  
Fonte: educadigital.org.br

- 1 Esboce o(s) objetivo(s) – solte a criatividade e esboce quantos achar necessário.  
**“Trabalharei para produzir o quê?”**
- 2 Estabeleça os limites – solte a criatividade e estabeleça quantos achar necessário.  
**“Com quais limitações precisarei lidar?”**
- 3 Defina indicadores de sucesso:  
**“Quais indicadores me ajudarão a saber se as ideias foram bem-sucedidas?”**

---

## Importante:

Os indicadores são referências que indicam se o seu projeto tem sucesso ou não. É importante, ao definir, que os indicadores sejam *Smart*: específicos (S), Mensuráveis (M), Atingíveis (A), Relevantes (R) e Temporais (T). Na videoaula desta Unidade falaremos um pouco mais sobre metas *Smart*.

Reserve um espaço e anote outras coisas para ter em mente ao longo de todo o processo.

### Escreva um resumo:

Escreva um breve resumo que torne o desafio claro. Escreva como se estivesse lidando com um parceiro. Registre ideias do porquê isto é um problema e quais são as oportunidades existentes para uma ação de intervenção comunitária.

---

Trate o desafio de forma simples e ampla para que você descubra áreas de valor inesperado e suficientemente restrita para que seja administrável.

## Crie um Cronograma

O processo de *design thinking* é flexível e pode se integrar à estrutura e ao calendário da sua ação. O processo pode ser realizado em um dia, uma semana, um ano ou mais.

O que você coloca no seu desafio determina o que sairá dele. A profundidade das ideias que surgirem, as áreas de oportunidades e o nível de refinamento conceitual e impacto sempre dependerão do tamanho do seu projeto. Por agora, escolha por quanto tempo você gostaria de trabalhar. Depois de iniciar o projeto, você poderá perceber a necessidade de evoluir o plano para atender às necessidades do desafio.

#### 10 DICAS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM BOM CRONOGRAMA:

1

**Crie um Cronograma Compartilhado:** Crie uma planilha coletivamente com a sua equipe e deixe-a em um ambiente compartilhado, para que ela possa ser revisitada sempre que necessário;

2

**Detalhe as Atividades:** Quanto mais detalhada cada atividade, melhor será o entendimento de todos envolvidos. Se o seu projeto for estabelecido em cinco fases, por exemplo, deixe claro quando começa e quando termina cada etapa. Crie uma linha para cada pequena ação dentro de cada uma das fases. Estabeleça quais são as grandes entregas de cada etapa. Algumas atividades ou fases podem ser realizadas simultaneamente;

3

**Equilibre Atividades, Prazos e Equipe:** Avalie a quantidade de pessoas na equipe para definir o cronograma para que ele seja exequível;

4

**Detalhe as Ações por dia:** Os dias podem ser correspondentes ao dia do mês ou podem estar em uma contagem continuada, a fim de que você tenha a visão da quantidade total de dias para o desenvolvimento das ações, conforme o modelo ao final das dicas;

5

**Dias da Semana:** Crie uma linha sinalizando o dia da semana. Assim, caso o grupo tenha restrição de algum dia da semana, ou precise

programar alguma atividade necessariamente aos finais de semana, já terão clareza na construção do cronograma;

6

**Feriados:** Sinalize os feriados nacionais, estaduais e municipais, colocando uma legenda como a sinalizada no dia primeiro de janeiro do exemplo a seguir;

7

**Ações Locais:** Caso você saiba que na sua comunidade, em determinado dia e horário, costuma ocorrer alguma ação que possa impactar no projeto, sinalize. Exemplo: se a sua ação prevê uma atividade com membros de uma determinada organização, mas neste dia aquela organização já tenha alguma outra atividade prevista, avalie se é necessária a mudança. Provavelmente você não terá todas as informações no começo do projeto, então avalie a necessidade de retomar a programação e alterar algumas atividades se necessárias, atentando-se sobre como a mudança poderá impactar no restante do cronograma;

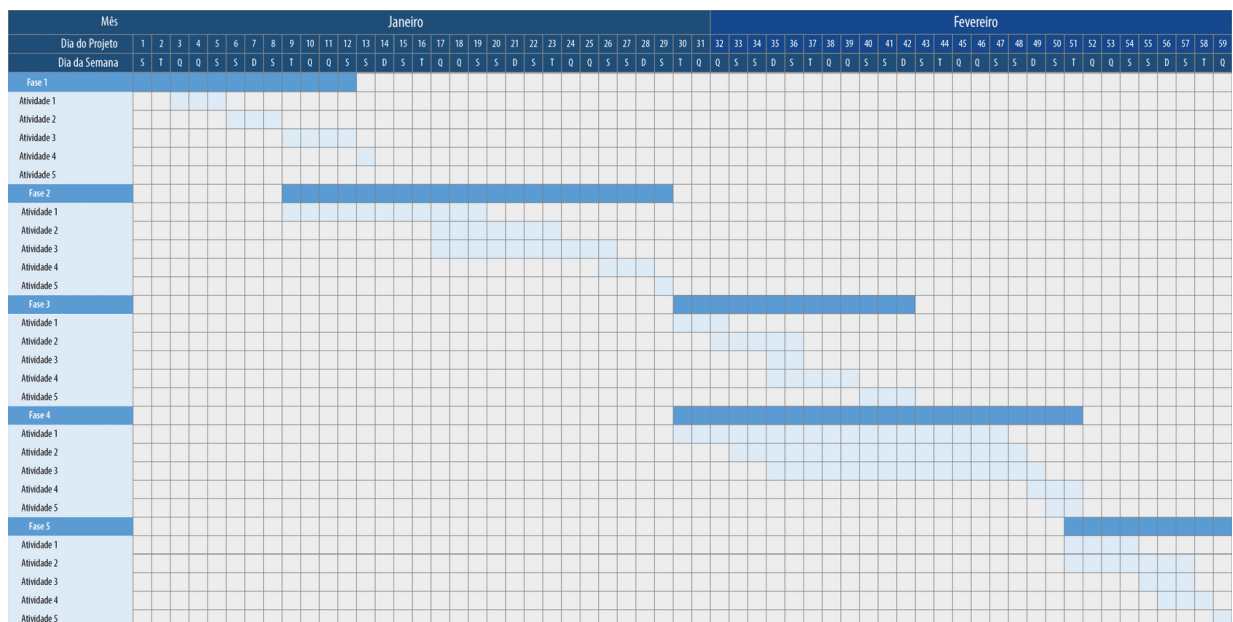
8

**Calendário Acadêmico:** Considere o calendário acadêmico. Caso você já tenha informação sobre períodos de provas, entregas de determinados trabalhos ou outras demandas que possam conflitar com a dedicação à ação, considere isto para propor o cronograma das atividades da ação;

9

**Checklist:** Crie uma coluna de checklist para as atividades. Nela, você deverá colocar, por exemplo, itens como providenciar a reserva de um espaço (presencial ou virtual), mobilizar as pessoas necessárias, definir quais ferramentas serão necessárias para a atividade, entre outros itens;

**Responsáveis:** Caso julgue necessário, inclua uma coluna indicando o responsável pela atividade. Você poderá tanto ter como responsável alguém que gerenciará alguma atividade ou fase, ou ainda considerar como responsável aquele que executará a ação. De qualquer maneira, é fundamental que a equipe tenha uma rotina de gerenciamento coletiva, evitando, assim, que uma não entrega do processo atrapalhe o andamento da ação.



**Figura 1 – Quantidade de Meses, fases, dias da semana ou simultaneidade das fases e atividades dependerá do definido pelo seu projeto.**

Fonte: Acervo do Conteudista

## Descoberta

Uma vez que você definiu o desafio para criar soluções, esboçou um plano de trabalho – para si e aos colegas – e fez um cronograma detalhado, chegou o momento da primeira fase do processo de *design*.

## Entenda o Desafio

### Revise o desafio:

O que a sua equipe sabe sobre o desafio? Registre ideias-chave, restrições e barreiras que surgirem na conversa – solte a criatividade e liste quantos forem necessários.

**Compartilhe o que você sabe:**

O que você já sabe sobre o desafio? O que você gostaria de aprender mais?

Registre as suas impressões e questões.

[illegible]

### Figura 3

Fonte: educadigital.org.br

**Estabeleça os papéis de cada integrante da equipe:**

Quem constitui a sua equipe? Quem é membro central e quem é apoio? Pelas discussões, quais regras você definiu e quais são os objetivos individuais de cada um?

Você até pode listar atores do território que mobilizou para estar junto, mas lembre-se que você e a sua equipe são os grandes responsáveis pelo andamento do projeto. Não alicerce as atividades em um terceiro que, caso não execute o previsto, atrapalhe o andamento do projeto. E, obviamente, garanta que ele esteja alinhado e de acordo com o planejado.



**Monte sua equipe**

Quem é da sua equipe? Quem é membro central e quem é apoio?  
Pelas discussões, que regras você definiu e quais os objetivos individuais de cada um?

EQUIPE CENTRAL	OBJETIVOS E REGRAS
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....

EQUIPE DE APOIO	OBJETIVOS E REGRAS
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....
.....	.....
	.....

## Figura 4

Fonte: educadigital.org.br

---

### Defina o seu público:

Para quem você está planejando? Considere o público central e o público estendido. Tome cuidado para o seu público não ser amplo demais para que você não consiga obter sucesso; avalie também se ele não é pequeno ao ponto de a sua atividade reduzir o potencial de impacto ou não ser de fato o público do território que mais necessita de uma atividade.

### Considera-se como público os beneficiários:

- **Diretos:** indivíduos que participam das atividades desenvolvidas e recebem apoio direto;
- **Indiretos:** indivíduos influenciados pela ação dos beneficiários diretos do projeto.

Por exemplo, se o seu projeto prevê uma formação de inovação para professores da escola do bairro, os professores que participarem da formação serão os beneficiados diretos. Os alunos que serão beneficiados com uma aula mais inovadora serão os beneficiados indiretos.

### Desenhe um lembrete visual:

## Defina seu público

Pra quem você está planejando? Considere o público central e o público estendido.  
Desenhe um lembrete visual.

PÚBLICO  
ESTENDIDO



PÚBLICO  
CENTRAL



PÚBLICO  
ESTENDIDO



## Figura 5

Fonte: educadigital.org.br

---

### Prepare a Pesquisa

#### Identifique as fontes de inspiração:

Quem são todas as pessoas envolvidas no tema? Quem representa comportamentos extremos sobre o tema? Quais especialistas você quer encontrar para aprender mais sobre o assunto?

Liste os candidatos que podem inspirar e circule de três a cinco que você queira engajar primeiro.

#### Identifique lugares de inspiração:

Onde você poderia se inspirar em relação ao desafio? Em quais outras situações ou experiências parecidas, você poderia passar por comportamentos similares ou relevantes, mas em um contexto diferente?

Liste quantas localidades você conseguir, ou pelo menos de três a cinco situações que lhe parecem mais animadoras e que você gostaria de observar primeiro.

#### Selecione os participantes da pesquisa:

Com quem você gostaria de aprender mais, especificamente?

Crie especificações detalhadas para pelo menos três usuários ou fontes de inspiração diferentes.

Certifique-se de cobrir uma variedade de gêneros, experiências, etnias, entre outros fatores – lembre-se da Unidade I, em que mencionamos diversidade.

1-3 Prepare a Pesquisa

DESCOBERTA

Caderno de Atividades

12

**Selecione os participantes da pesquisa**  
 Com quem você gostaria de aprender mais, especificamente? Crie especificações detalhadas para pelo menos três usuários ou fontes de inspiração diferentes. Certifique-se de cobrir uma variedade de gêneros, experiências, etnias etc.

<div>TIPO DE USUÁRIO</div> <div> <div>DESCRIÇÃO DO USUÁRIO</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> </div>	<div>TIPO DE USUÁRIO</div> <div> <div>DESCRIÇÃO DO USUÁRIO</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> </div>
<div>TIPO DE USUÁRIO</div> <div> <div>DESCRIÇÃO DO USUÁRIO</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> </div>	<div>TIPO DE USUÁRIO</div> <div> <div>DESCRIÇÃO DO USUÁRIO</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> </div>

**Figura 6**

Fonte: educadigital.org.br

### Elabore um roteiro de perguntas – entrevista:

- O que você quer aprender para entender melhor o desafio em questão?
- O que você espera entender sobre as motivações e frustrações das pessoas entrevistadas?
- O que você quer saber a respeito das suas atividades?

**Dica:** faça uma cópia para cada entrevistado e avalie com cuidado qual pergunta específica você tem para cada um. Faça também perguntas que possam ajudar a entender as esperanças, os medos e as ambições dos entrevistados. Avalie ainda como você poderá conseguir aprofundar a conversa, a fim de saber ainda mais sobre as perspectivas da pessoa entrevistada.

**Elabore um roteiro de perguntas – observação:**

1-3 Prepare a Pesquisa

DESCOBERTA

Caderno de Atividades

14

**Elabore um roteiro de perguntas: Observação**

O que você quer aprender com a sua observação? Documente temas e questões que você quer ter certeza de abordar em sua pesquisa de campo! Preencha uma dessas páginas para cada observação, assim você saberá o que perguntar em cada um dos lugares que você visitar durante esse exercício.

**LUGAR OBSERVADO (EXEMPLOS)**

**DICA**

Faça uma cópia para cada observação.

**COISAS PARA VER**

Quais são as coisas que você definitivamente precisa observar enquanto está visitando esse lugar?

**COISAS A FAZER**

Que coisas você pode fazer para se inspirar nesse lugar?

**Figura 8**

Fonte: [educadigital.org.br](http://educadigital.org.br)

### Prepare-se para o trabalho de campo:

Delegue responsabilidades antes de ir a campo (considere como campo as visitas presenciais ou, caso as entrevistas aconteçam de maneira remota, a agenda *on-line* em si). Quem está responsável por confirmar data, hora e local das atividades de pesquisa? Quem é responsável por garantir que haja o equipamento necessário para essas atividades? Quem fará as entrevistas? Algo será documentado?





1-3 Inspire-se

DESCOBERTA

Caderno de Atividades

16

Notas de Inspiração

NOME DA PESSOA ENTREVISTADA / LOCAÇÃO VISITADA

OBSERVAÇÕES E CITAÇÕES

INTERPRETAÇÕES

ENQUANTO VOCÊ ESTIVER ENTREVISTANDO, documente o que vê no trabalho de campo. Registre citações diretas. Separe suas observações das suas interpretações, para que você possa saber o que viu e o que pensou que aquilo significava para as pessoas envolvidas. Procure por adaptações e "gambiarras" que as pessoas possam ter criado para atingir melhor seus objetivos (como por exemplo colocar livros sob a tela de um laptop para erguê-lo à altura dos olhos).

Figura 10

Fonte: [educadigital.org.br](http://educadigital.org.br)

1-3 Inspire-se

DESCOBERTA

Caderno de Atividades

17

1-3 Inspire-se

Notas de Inspiração

LUGAR OBSERVADO (EXEMPLOS)

OBSERVAÇÕES E CITAÇÕES

INTERPRETAÇÕES

**Figura 11**

Fonte: educadigital.org.br

## Interpretação

Durante a fase de descoberta você ganhou um entendimento mais aprofundado, além de empatia e inspiração para o seu desafio do projeto.

Agora, durante a fase de interpretação, a segunda etapa do processo de *design*, você dará significado e definirá melhor alguns *insights* que vieram das observações e entrevistas da fase de descoberta.

## Conte Histórias

**Documente os seus aprendizados:**

Imediatamente após uma entrevista, garanta que você registrou bem todo o seu aprendizado.

Documente as observações, os pontos-chave da história e as citações em papéis adesivos. Use os roteiros para se orientar.

**Anote:**

- Quem você conheceu? (Profissão, idade, lugar etc.);
- Qual foi o ponto mais memorável e surpreendente da história?
- O que era mais interessante na forma como ele(a) interagiu com o seu ambiente?
- Qual era a maior preocupação desse(a) participante?
- O que o(a) motivava?
- O que o(a) frustrava?
- Quais questões você gostaria de explorar em uma próxima conversa?

**Compartilhe as histórias inspiradoras:**

Caso a equipe inteira não esteja presente nas entrevistas, reveze com os seus colegas para compartilhar histórias das pessoas com quem você conversou ou dos lugares que você conheceu.

**Procure por Significado****Encontre os temas:**

Procure por assuntos, padrões e conexões. Crie títulos para cada categoria e que capturem esses temas e padrões encontrados. Se o grupo estiver unido presencialmente, cada aprendizagem do item anterior pode ser escrita em um *Post-It* e colocado em um mural. Se estiverem reunidos a distância, poderão utilizar ferramentas como o Mural, disponível [link a seguir](#), ou qualquer outra

ferramenta que permita fazer dinâmica semelhante. Agrupe os *Post-Its* ou as ideias. É como mover os seus pensamentos pela parede e, assim, tornar-se capaz de descobrir padrões.

---

## MURAL

Conheça o Mural, um espaço digital para trabalhos colaborativos.

ACESSE

---

### Encontre o sentido das suas descobertas:

- Olhe para os temas e encontre redundâncias, tensões ou padrões relacionados a cada um. Você é capaz de agrupar temas em categorias maiores?
- Você encontrou alguma contradição?
- O que você descobriu de inesperado ou surpreendente? Por quê?
- Depois de discutir com a sua equipe e/ou receber *feedback* para as categorias que você listou, quais são aquelas que você tem interesse de aprofundar?



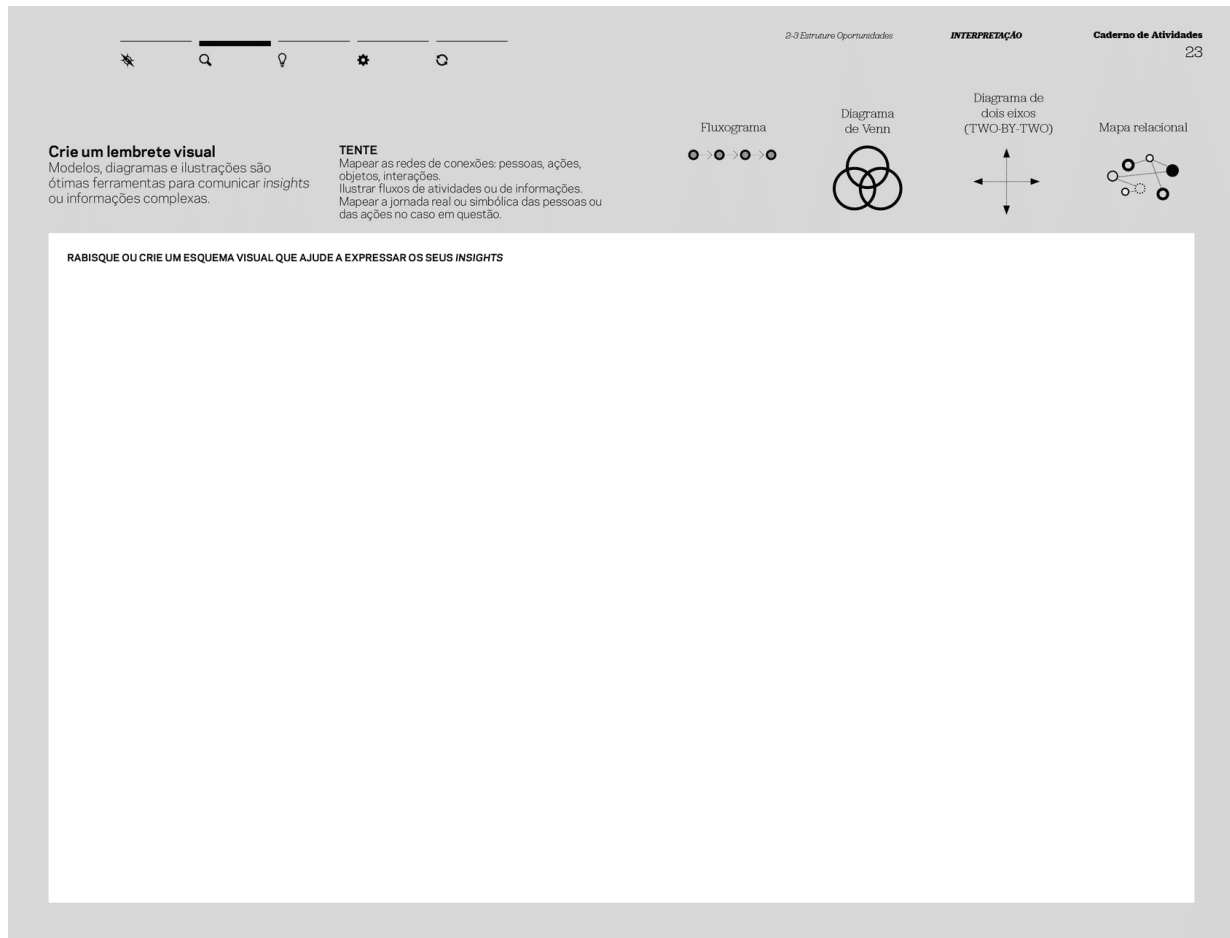
## Estruture Oportunidades

### Torne os *insights* mais fáceis de encontrar:

Ideias bem-sucedidas e fáceis de acionar começam com a pergunta certa, que é aquela capaz de encontrar as oportunidades mais interessantes por trás de um insight. Lembre-se, cada pergunta da linha **Como Podemos** (CP) poderá abranger apenas uma parte do seu desafio, tornando-se necessário criar múltiplas perguntas CP e priorizá-las.

### Refleta sempre se a sua questão é:

- Ampla o bastante para abranger novas ideias?
- Específica o suficiente para ser governável ou possível de se responder?
- Focada ou diretamente relacionada ao *insight* criado pelos participantes?



**Figura 13**

Fonte: [educadigital.org.br](http://educadigital.org.br)

## Ideação

Agora que você criou um ponto de vista e ressaltou as oportunidades para o seu desafio de design, está pronto(a) para avançar à terceira fase o processo de *design*... Ideação.

A ideação lhe ajudará a criar o maior número de possíveis ações para cumprir com o seu desafio.

## Prepare-se para o *Brainstorm*

Um bom *brainstorm* requer planejamento. Os pequenos detalhes são importantes. Garanta a participação de toda a sua equipe e, se for o caso, o envolvimento de outras pessoas do território que se envolverão na ação.

Caso a atividade seja realizada presencialmente, garanta que o espaço seja acolhedor para que todos possam compreender o que é compartilhado e para que fiquem à vontade para contribuir. Cada um pode anotar as ideias em *Post-Its* e ir colando em determinado espaço e posteriormente a equipe deverá organizá-los. Se for *on-line*, garanta que todos os participantes consigam interagir com a ferramenta proposta.

### **SÃO REGRAS DO BRAINSTORMING:**

- Evitar o julgamento;
- Encorajar as ideias ousadas;
- Construir sobre as ideias dos outros;
- Focar no tópico;
- Desenvolver uma conversa de cada vez;
- Ser visual;
- Almejar a quantidade.

### **Facilite o *brainstorming*:**

Crie ou use algumas questões de aquecimento do método. Facilite o *brainstorming* para deixar as pessoas no clima. Reflita previamente sobre quais perguntas devem ser feitas para o *brainstorm*.

### **Vejamos algumas dicas:**

- O que de fato faremos?



- Qual problema isto resolve?
- Qual é a relevância, pertinência e urgência disto?
- Já há alguém tentando resolver este problema?
- Quem poderá ajudar?
- Qual será o público-alvo? Qual será a faixa etária? Moradores de quais regiões?
- Quanto tempo precisaremos para executar um projeto como este?
- O que acontecerá depois de o projeto acabar?
- Quais resultados alcançaremos com isto?
- Isto terá algum custo financeiro?
- E se tivermos todo o dinheiro do mundo para fazer isto?
- E se não tivermos nenhum centavo para fazer isto?
- Com quais recursos podemos contar que não sejam financeiros?

Ao final, selecione as ideias promissoras depois do *brainstorming*, agrupe ideias relacionadas e peça para a equipe escolher as suas três ideias preferidas.

## Refina as Ideias

Promova um “choque de realidade”:

- O que está no centro desta ideia que mais lhe empolga?

- Qual é o valor mais importante para o seu público-alvo?
- Qual é a necessidade real que você precisa resolver?

**Faça uma lista de todos os desafios e as barreiras que você encontra com a ideia.**

- O que você pode não estar enxergando?
- Quem faria oposição a esta ideia?
- O que você acha que é mais difícil de superar?

**Descreva a sua ideia:**

Crie uma descrição de uma ideia de que você gostaria de prototipar (e repita a mesma operação para outras ideias).



- O desafio;
- O objetivo geral;
- A justificativa (contextualização);
- O público-alvo;
- O resumo do projeto;
- Os indicadores de sucesso;
- O cronograma.

## Colha *Feedbacks*

### Selecione os participantes do *feedback*:

Quem você quer engajar no seu processo de *feedback*? Com quem você pode aprender mais? Inclua pessoas que você conheceu durante o trabalho de campo, assim como novos participantes.

Se você quer fazer um projeto junto a uma organização social, por exemplo, alinhe com ela a proposta. Se for uma ação que mobiliza os comerciantes da região, envie o material ou marque uma reunião para colher as devolutivas. Enfim, garanta que todos que você mapeou na rede tenham a oportunidade de dar *feedback* antes de você formalizar todas as etapas seguintes.

Você também pode selecionar grupos para colher *feedback* e formas de dialogar com cada um. **Por exemplo:** você poderá marcar uma reunião com os diretores das escolas do seu bairro para um diálogo mais próximo e ter uma pesquisa on-line para colher *feedback* de um grupo maior. Caso alguma dúvida tenha surgido durante o brainstorm, anote como uma possível pergunta para fazer durante o diálogo.

Facilite as conversas de *feedback* documentando roteiros. Use tais roteiros para ajudar as pessoas a fornecerem *feedback* construtivo e para lhe ajudarem a considerar que partes do seu experimento você deverá manter ou modificar.

Após colher os *feedbacks*, volte com o grupo e reflita como poderão melhorar o projeto. Avalie quais mudanças precisam ser realizadas, quais podem ser os novos desafios e quais as possíveis soluções para os mesmos.

A etapa de experimentação, em muitos casos, contempla uma versão de teste.

**Por exemplo:** se o seu projeto consiste na criação de um aplicativo que solucione alguma questão do território, você poderia disponibilizar o aplicativo para algumas pessoas, colher os *feedbacks* e na etapa de evolução aprimorar o aplicativo para escalar, atingindo um número maior de pessoas.

No caso de ações de intervenções comunitárias, você pode tanto fazer a ação com um grupo menor, colher o *feedback*, evoluir a proposta e depois aplicar com um número maior ou, neste caso, compartilhar a ideia, colher os *feedbacks*, ajustar a proposta para, então, realizar a aplicação.

De qualquer forma, nada impede que o grupo coloque o projeto em prática depois da etapa de evolução e que dê continuidade ao projeto, realizando outras edições posteriormente. O importante é que após cada experimentação seja revisto o processo, propondo evoluções para, então, ser realizada uma nova edição.

## Evolução

Agora é hora do passo da evolução no processo de design, quando você coletará os seus aprendizados e considerará se é capaz de escalar e engajar mais pessoas, a fim de avançar com a sua solução. A partir deste ponto é importante que você:

- Acompanhe os aprendizados;
- Revise os objetivos que listou na seção inicial;

- Pense quais serão as próximas ações necessárias;
- Considere quais organizações ou indivíduos têm as capacidades de que você precisa para implementar a sua ideia.

# LEITURAS RECOMENDADAS

---

Nesta área, separamos **3 indicações** que irão auxiliar você a aprofundar os conhecimentos adquiridos no decorrer deste módulo.

Não deixe de conferi-los!

Eles serão de grande ajuda no seu desenvolvimento.

Boa leitura!

---

## LIVRO

### Design Thinking

GAVIN, A.; PAUL, H. *Design Thinking*. 1. ed. São Paulo: Grupo A, 2015.

## LIVRO

### Design Thinking

TIM, B. *Design Thinking – Edição Comemorativa 10 Anos*. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

---

## ARTIGO

### *Design Thinking* na Educação Presencial, a Distância e Corporativa

CAVALCANTI, C. C.; FILATRO, A. *Design Thinking* na Educação Presencial, a Distância e Corporativa. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

ACESSE



# #FICADICA

---

Nesta área, separamos diversos conteúdos que irão auxiliar você a aprofundar os conhecimentos adquiridos no decorrer deste módulo. O intuito é que você possa refletir e colocar em prática as percepções levantadas. Não deixe de conferi-los! Eles serão de grande ajuda no seu desenvolvimento.

## MÚSICAS

### MV BILL E DEXTER - Campo Minado (Prod. Dj Caique)

Clique no botão para conferir o conteúdo.

OUÇA

### PONTO DE EQUILÍBRIO - A Vida de um Rastaman

Clique no botão para conferir o conteúdo.

OUÇA

### RAUL SEIXAS - Tente Outra Vez

Clique no botão para conferir o conteúdo.

OUÇA

---

## FILMES

### A Teoria de Tudo | JAMES MARSH

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA AO TRAILER

### Steve Jobs | DANNY BOYLE

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA AO TRAILER

### Walt Antes de Mickey - KHOA LE

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA AO TRAILER

---

## VÍDEOS

### TED - Como Construir sua Confiança Criativa | David Keller

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA

### TED - The First Secret of Great Design | Tony Fadell

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA

### TED - Tim Brown Conclama os Designers a Pensar Grande

Clique no botão para conferir o conteúdo.

ASSISTA

---

## SITE

### Pense Grande (Org.)

ACESSE

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Agora que você já tem um projeto bem definido, já envolveu a comunidade, já colheu *feedbacks* e já discutiu novamente com a sua equipe, você está pronto(a) para a última Unidade, na qual você aprenderá como estruturar o seu projeto de maneira que facilite a implementação, ou até mesmo para que este esteja pronto para a submissão em editais e em leis de incentivo a partir do estabelecimento de parceria com organizações formalizadas.

Será abordado como construir um *pitch* para a apresentação da ideia de maneira atrativa para possíveis parceiros ou investidores.

Até a próxima!

# REFERÊNCIAS

---

**A Teoria De Tudo.** Reino Unido, Dir. James Marsh, 2014.

BESSA, B. **Sonhar.** [20--]. Disponível em: <<https://bit.ly/3e1ANC2>>. Acesso em: 30/03/2021.

BROWN, T. **Design Thinking** – Edição Comemorativa 10 Anos. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.  
Disponível em: <<https://bit.ly/2UDsENC>>. Acesso em: 30/03/2021.

CAVALCANTI, C. C.; FILATRO, A. **Design Thinking na Educação Presencial, a Distância e Corporativa.** 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3wClWVr>>. Acesso em: 30/03/2021.

CIEDS. **Mobilização Social e Ação Coletiva:** Aprendizagens para a Promoção do Engajamento Cívico e Comunitário. [20--]. Disponível em: <<https://bit.ly/3yDBYQ9>>. Acesso em: 30/03/2021.

GAVIN, A.; PAUL, H. **Design Thinking.** 1. ed. São Paulo: Grupo A, 2015. Disponível em:  
<<https://bit.ly/3hshPXv>>. Acesso em: 30/03/2021.

INSTITUTO EDUCADIGITAL. **Design Thinking para Educadores.** [20--]. Disponível em:  
<<https://bit.ly/3hoMFQG>>. Acesso em: 30/03/2021.

MEDIUM; HELLER HAUS DESIGN. **As Metodologias e o Processo no Primeiro Ciclo do Laboratório de Inovação da Equipe C&I.** [20--]. Disponível em: <<https://bit.ly/3wtlXdS>>. Acesso em: 30/03/2021.

MEREO. **Metas Smart:** O Que São? Quais As Vantagens? Como Aplicar Na Prática? [20--]. Disponível em: <<https://bit.ly/36vaMa1>>. Acesso em: 30/03/2021.

MV BILL. **Campo Minado**. São Paulo: MV Bill, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/36pia76>>. Acesso em: 30/03/2021.

PENSE GRANDE. **Pense Grande**. [20--]. Disponível em: <<https://pensegrande.org.br>>. Acesso em: 01/04/2021.

PONTO DE EQUILÍBRIO. **A Vida De Um Rastaman**. São Paulo: Som Livre, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/3yl3V9B>>. Acesso em: 30/03/2021.

RAUL SEIXAS. **Tente Outra Vez**. Philips Records, 1975. Disponível em: <<https://bit.ly/2UubAcG>>. Acesso em: 30/03/2021.

**Steve Jobs**. EUA, Dir. Danny Boyle, 2015.

TED. **David Keller: Como Construir sua Confiança Criativa**. David Keller. 16/05/2012. 1 vídeo (11 min.). Publicado pelo canal TED. Disponível em: <<https://youtu.be/16pgYRFol-g>>. Acesso em: 30/03/2021.

TED. ***The First Secret Of Great Design***. Tony Fadell. 03/06/2015. 1 vídeo (16 min.). Publicado pelo canal TED. Disponível em: <<https://youtu.be/guOMectkCCs>>. Acesso em: 30/03/2021.

TED. **Tim Brown Conclama os Designers a Pensar Grande**. Tim Brown. 30/09/2009. 1 vídeo (16 min.). Publicado pelo canal TED. Disponível em: <<https://youtu.be/UAinLaT42xY>>. Acesso em: 30/03/2021.

**Walt Antes De Mickey**. EUA, Dir. Khoa Le, 2015.