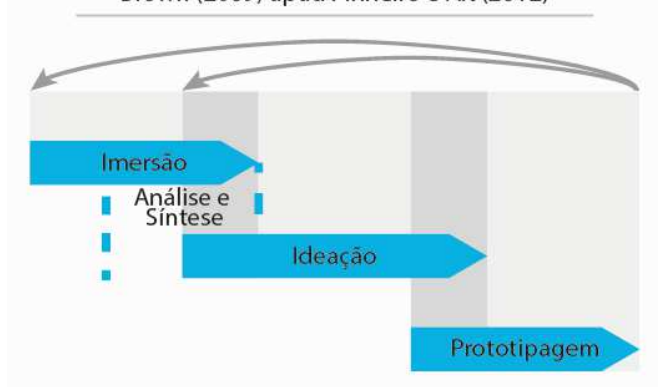


Figura 2: Processos de Design Thinking



Vianna et al. (2012) apresenta as seguintes fases: Imersão (subdividida em Imersão Preliminar e Imersão em Profundidade), Análise e Síntese, Ideação e Prototipação.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014)

2.2 Ferramentas projetuais para o Design Thinking

Através da pesquisa bibliográfica nos livros: Design Thinking Brasil (Pinheiro e Alt, 2011) [6], Design Thinking, Inovação em Negócios (Vianna et al., 2012) [10], The Semantic Turn (Krippendorf, 2006) [5], na apostila da d.school: Bootcamp Bootleg [11], na Ideo Method Cards [12] e Human Centerd Design: toolkit (IDEO, 2011) [4] e Stickdorn e Schneider (2014) [2], na Caixa de Ferramentas - Itaú [13] e no Site: Service Design Tools [14] foram levantadas ferramentas que podem ser utilizadas na aplicação do Design Thinking. Estas ferramentas foram organizadas em forma de quadro, onde na primeira coluna encontra-se o nome da ferramenta e uma breve explicação sobre a mesma, na segunda a sinalização da fase (do Diamante Duplo) em que pode ser usada a

ferramenta e na terceira a fonte pesquisada (para caso o leitor queira obter informações com mais profundidade sobre a ferramenta). Na coluna das fases foi utilizado um código numérico para facilitar a visualização, sendo 1: Descobrir (que envolve as questões de compreensão sobre o problema), 2: Definir (que envolve a análise e síntese do problema em questão), 3: Desenvolver (que envolve a etapa de ideação, conhecida como geração de soluções) e 4: Deliverar (que envolve a etapa de prototipagem e testes, confecção de modelos). Como os diferentes autores abordam cada uma dessas etapas, a classificação das ferramentas foi realizada pelos próprios autores do artigo. O resultado da pesquisa bibliográfica encontra-se no quadro 2.

Quadro 2 – Ferramentas que podem ser aplicadas no processo de Design Thinking.

Ferramenta / Descrição	Fase	Fonte
Reenquadramento É examinar problemas ou questões não resolvidas sob diferentes perspectivas e diversos ângulos, permitindo, assim, desconstruir crenças e suposições dos atores (stakeholders), e quebrar seus padrões de pensamento, ajudando-os a mudar paradigmas dentro da empresa e, com isso, dar o primeiro passo para alcançar soluções inovadoras.	1	Vianna et al. (2012)
Mercado análogo Buscar em cenários diferentes lições que podem ser aproveitadas no produto ou serviço em desenvolvimento.	1 3	Caixa de Ferramentas – Banco Itaú
Benchmark Comparar o futuro do projeto ou produtos e serviços semelhantes esteja essa semelhança no conteúdo, na forma ou no público-alvo.	1 3	Caixa de Ferramentas – Banco Itaú
Pesquisa exploratória É a pesquisa de campo preliminar que auxilia a equipe no entendimento do contexto a ser trabalhado e fornece insumos para a definição dos perfis de usuários, atores e ambientes ou momentos do ciclo de vida do produto/serviço que serão explorados na Imersão em Profundidade. Ajuda também na elaboração dos temas a serem investigados na Pesquisa Desk.	1	Vianna et al. (2012)