




Metodologias de Design

Como escolher a metodologia em design? Para o projeto ter o resultado esperado é muito importante identificar qual metodologia será aplicada. Entre as mais utilizadas está a design thinking, que é um conjunto de métodos e ferramentas que trabalha com empatia e criatividade sempre pensando na necessidade do cliente. Sendo assim, nesta aula, vamos analisar:

- Tipos de metodologias de design
- O design thinking
- Por que aplicar o design thinking?
- Design Sprint

Há, no mercado, diversas metodologias de design: Double Diamond, Processo da Ideo, Design Thinking de Stanford, dentre outras. Essas metodologias são aplicadas em produtos digitais e também em analógicos. Muitas equipes mesclam essas metodologias, adaptando-as para suas realidades. Todo processo de design é tanto um processo criativo como um processo de solução de problemas (Löbach,1976). As semelhanças entre metodologias de design são fases de: entender o problema, captar informações, captar ideias, validar soluções, aplicar ciclos iterativos e times multidisciplinares.

A metodologia do Google Ventures chamada Design Sprint é um sucesso de estratégia de negócios que qualquer equipe pode usar. O sprint é um processo de cinco dias para responder a perguntas críticas de negócios por meio de design, criação de protótipos e ideias e teste com os clientes. No

mesmo sentido, Barros Neto (2021, p. 24), confirma que o Design Sprint é uma sessão de trabalho de cinco dias que ajuda a equipe  desenvolvimento a refinar a visão de um produto ou serviço, “pode ser utilizada em diferentes situações, desde projetos nascentes até mais maduros. Em projetos nascentes, ela ajuda a criar o conceito de uma nova solução e a explorar diversas oportunidades”.

Como o Design sprint realmente funciona? Conforme Knapp et al. (2017, p. 25) nos lembra, Design Sprint é uma metodologia para impulsionar a produtividade, resolvendo problemas por meio de prototipagem e pesquisa de comportamento do usuário; “o sprint dá a nossas startups um superpoder: elas podem se transportar para o futuro e ver o produto final e as reações dos clientes antes de fechar compromissos dispendiosos”. Fazendo um balanço das vantagens significativas do design sprint para aumentar o ritmo de novas descobertas, temos:


- Entender a complexidade do problema;
- Compreensão mútua para o processo de exploração e descoberta;
- Democratiza o processo de tomada de decisões;
- Incentiva o processo criativo, o diálogo e a empatia;
- Auxilia a tomar decisões mais rapidamente;
- Auxilia a identificar os problemas dos usuários.

Como funciona a experiência de cinco dias do design sprint (Quadro 1)? A seguir, vamos analisar, rapidamente, a metodologia design sprint.

Dia 1: Compreensão (Entender/definir).

- Formular metas de produto/serviços e objetivos do sprint;
- Descrever o caminho do usuário (mapa) para apontar problemas de interação;
- Coletar informações sobre as principais necessidades do usuário;
- Escolher os problemas com os quais trabalhar.

Dia 2: Divergência (trabalhando na solução).

- Definir as metas e métricas de sucesso para alcançar os objetivos discutidos no dia 1. 
- Criar conceitos de produto ou serviços, elaborar ideias de interface;
- Escolher as melhores soluções para criação de elementos audiovisuais.
- Cada participante do sprint apresenta soluções de design.

Dia 3: Convergência

- Identificar e tomar decisões referentes ao próximo ciclo do produto.
- Construir elementos visuais para facilitar o processo de articulação das ideias.
- Criar um storyboard - a base do protótipo.

Dia 4: Prototipagem


- Confirmar a fidelidade da hipótese através de um protótipo
- Criar um protótipo funcional;
- Testa o protótipo conforme ele é construído, definindo tarefas para revisão;
- Escrever testes de protótipo com script para o próximo dia.

Dia 5: Validar

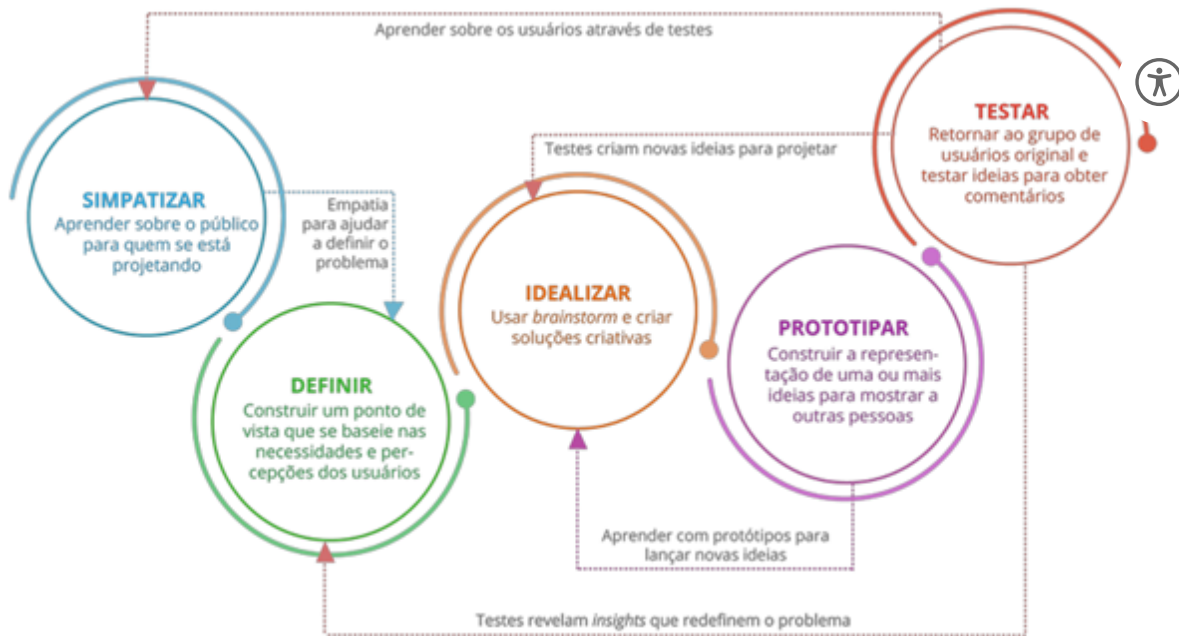
- Testar hipóteses durante o teste com usuários.

Vamos detalhar a principal pergunta para as quais estamos procurando respostas em cada estágio (KNAPP, 2016; BARROS, 2021):

- Dia 1 (Entender): Que problema estamos tentando resolver?
- Dia 2 (Divergência): Que possíveis soluções para esses problemas podem existir?
- Dia 3 (Convergência): Qual das nossas ideias pode ser mais adequada para testar hipóteses?
- Dia 4 (Prototipagem): O que precisamos para iniciar o experimento?
- Dia 5 (Validação): Qual é o melhor público para o experimento?

Dia	Detalhamento das atividades
Segunda-feira	 <ol style="list-style-type: none"> Objetivo de longo prazo: de maneira otimista, estabelecer o que o time busca alcançar. Perguntas da sprint: de maneira pessimista, levantar os obstáculos que podem impedir de alcançar o objetivo, reescrevendo em forma de pergunta a ser respondida durante a <i>sprint</i>. Mapa da sprint: construir a jornada do cliente, com um fluxograma mostrando como o cliente interage com seu negócio. Entrevista com especialistas: Consultar especialistas da equipe do <i>sprint</i> e convidados de fora, levantando desafios do negócio e produto. Anotações e organizações dos desafios: conforme os especialistas forem levantando os desafios do negócio, o time os anota como se fossem oportunidades, escrevendo-os no formato "Como nós poderíamos...?" (CNP). Em seguida, com todas as notas autoadesivas com os desafios, o time organiza e categoriza esses desafios. Priorização dos desafios: cada pessoa recebe votos adesivos para selecionar os desafios mais críticos levantados. Os com maior voto são posicionados no mapa, em suas respectivas áreas correlacionadas. Escolha do alvo no Mapa: escolha da interação e do cliente mais importantes no Mapa.
Terça-feira	<ol style="list-style-type: none"> Demonstrações-relâmpago: benchmarking para análise de boas soluções de uma variedade de empresas. Três minutos por demonstração. O Esboço em quatro etapas: <ul style="list-style-type: none"> 1. Anotações. Vinte minutos. Anotações em silêncio de tudo que o time trabalhou e levantou. 2. Ideias. Vinte minutos. Rascunho individualmente de ideias básicas. 3. Crazy 8s. Oito minutos. Dobre uma folha de papel para criar oito quadros. Esboço da variação de uma de suas melhores ideias em cada um dos quadros, dedicando um minuto por esboço. 4. Esboço da solução. De trinta a noventa minutos. Crie um roteiro (<i>storyboard</i>) de três painéis em uma folha de papel. O <i>storyboard</i> deve ser autoexplicativo e anônimo. Recrutamento de cinco usuários para o teste de sexta
Quarta-feira	<ol style="list-style-type: none"> Mapa de calor das soluções: todos os esboços das soluções criados no dia anterior são expostos na parede para que o time faça sua leitura (em silêncio) e posicionamento de um a três votos adesivos ao lado das partes que gostarem. Apresentação das soluções: três minutos por esboço, com discussão em grupo dos destaques de cada solução. Registro das ideias mais promissoras e objeções importantes. Escolha da solução: voto individual e sincronizado para registrar a solução preferida, seguida do voto do decisor. Roteiro para o protótipo: uso de um roteiro (<i>storyboard</i>) para planejar o protótipo.
Quinta-feira	<ol style="list-style-type: none"> Criação do protótipo Escreva um roteiro para a entrevista
Sexta-feira	<ol style="list-style-type: none"> Entrevista e teste do protótipo. Análise dos aprendizados: revisão do objetivo de longo prazo e das perguntas do sprint; análise dos padrões identificados nas entrevistas. Definição dos próximos passos

Além do Design Sprint, temos a metodologia do design Thinking. O design Thinking é um processo iterativo e flexível e pode ser adaptado para sua equipe ou para fase do seu projeto (Figura 1). Para Pinheiro e Alt (2011, p.5) o Design Thinking é "[...] um novo jeito de pensar e abordar os problemas. Um modelo mental [...] centrado no usuário. Tal fato corrobora com a visão proposta por Viana et al. (2012, p. 12), uma vez que os autores afirmam que o Design Thinking é: [...] uma abordagem focada no ser humano, que vê na multidisciplinaridade, colaboração e tangibilização de pensamentos e processos, caminhos que levam a soluções inovadoras para negócios [...]"



O Instituto de Design Hasso-Plattner, da Universidade de Stanford, sugere 5 etapas para o Design Thinking (DAM; SIANG, 2017), sendo elas:


I. Empatia: A etapa inicial do processo do Design Thinking é a compreensão do problema que está sendo resolvido. Isso inclui aprender mais sobre os usuários e suas necessidades.

II. Definição do Problema: nesta fase, você estrutura todas as informações que recebeu na fase Empatia. Agora, é necessária uma análise aprofundada do público, sintetizar as informações importantes e definir as metas do projeto.

III. Ideação: Agora estamos prontos para gerar ideias. Esta etapa exige uma abordagem criativa para solucionar os problemas coletados durante as etapas iniciais. Em outras palavras, “pensar fora da caixa”.

IV. Prototipação: Chegou o momento de colocar em prática as ideias da etapa anterior.

V. Teste: No estágio final, as soluções mais inovadoras serão testadas pela equipe e o seu público.

Como um exercício, analise de que forma é possível encaixar o design sp.  e Design Thinking nos seus processos de trabalho. Experimente aplicar o Design Sprint do Google em apenas 3 dias, selecionando apenas as dinâmicas que seu time está precisando mais. Defina com seu time de quanto em quanto tempo as validações com usuários acontecerão e já deixe marcado na agenda. Lembre-se que o resultado de um teste pode ajudar naquela dúvida do time se uma solução tem uma performance melhor ou pior que outra: validar é o caminho! Lembre-se que “a criatividade representa o processo de criação de ideias. De certo modo, é a inspiração que nos permite criar novas soluções” (HOHEMBERGER e ROSSI, 2020, p. 12).



Para ajudar a apresentar o design thinking para a equipe, menciona que, dentre os benefícios da metodologia, estão conhecer usuários e contextos, a oportunidade de aplicar pesquisas constantemente, validar antes de implementar, mais chances de inovação e mais integração do time.

Espero que tenham gostado e até mais!

Vida longa e próspera!



Atividade Extra

Recomendo que vocês façam a leitura do artigo “Design thinking no contexto do projeto editorial: contribuições instrumentais”, que pode ser facilmente encontrado no Google.

Fonte: WOLOSZYN, M.; DICK, M. E.; GONÇALVES, B. S.; FIALHO, F. A. P. Design thinking no contexto do projeto editorial: contribuições instrumentais. DAPesquisa, Florianópolis, v. 13, n. 21, p. 059-075, 2018. DOI: 10.5965/1808312913212018059.

Referência Bibliográfica

BARROS NETO, W. Design Sprint como ferramenta de apoio ao empreendedorismo e à inovação. 2021. 135 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Goiás, Aparecida de Goiânia, 2021.

HOHEMBERGER, Diones Antonio; ROSSI, Fábio Diniz. Guia Didático do Design Thinking: uma metodologia ativa para estimular a criatividade, a inovação e o empreendedorismo em sala de aula. Instituto Federal Farroupilha - IFFAR. Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica - PROFEPT, 2020. Disponível em: <http://educapes.capes.gov.br/handle/capes/572344>. Acesso em 19 de nov. 2022. (acesso em 25/11/2022)

KNAPP, Jake - Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. (2016). Londres: Transworld Publishers Ltd. LÖBACH, B.

Design industrial (1976). Disponível em:

https://www.academia.edu/6618866/Bernd_Lobach_Design_industrial_Bases_p_a_configuracao_dos_produtos_industriais. Acesso em: 20 de nov. 2022. (acesso em 25/11/2022)

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis. Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

STANFORD D.SCHOOL. An Introduction to Design Thinking Process Guide. Disponível em <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf> . Acesso em: 20 nov. 2022. (acesso em 05/12/2022)

VIANNA, M. et al. Design thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. 162p.

Ir para exercício