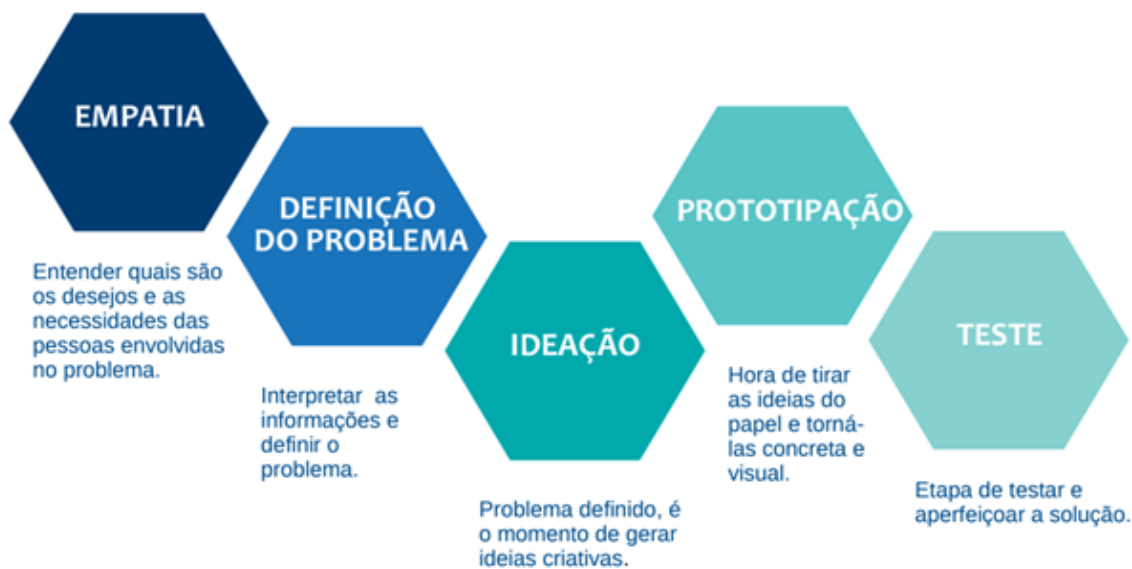


Fase de Ideação

Após a fase de empatia, vem a fase de ideação, momento esse de literalmente tirar a ideia do papel e validar o modelo de negócio da empresa. Para isso acontecer, é preciso identificar oportunidades, levantar hipóteses, validá-las e testá-las. Sendo assim, nesta aula, vamos analisar:

- Benchmark
- Moodboard
- Uma técnica de criatividade
- Nosso exemplo: a ideação para o site

Antes de prosseguirmos, vamos relembrar das fases etapas do Design Thinking (Figura 1).



A ideação é uma fase de divergir: de bolar quantas ideias foram possíveis. Deixar a mente fluir, como num brainstorming (uma tempestade de ideias), deixe vir qualquer ideia, por mais que pareça absurda. Depois é que vamos avaliar e escolher qual será testada. O objetivo é incentivar o grupo a liberar

a criatividade. Quantidade é o que queremos nesse momento e não qualidade.



De acordo com Hohemberger e Rossi (2020, p. 26), a ideação

“é a hora de gerar o máximo de ideias possíveis e ao final escolher uma para ser prototipada. Nesta etapa é fundamental o uso da pesquisa Desk e do Brainstorming de maneira que todos os membros da equipe possam contribuir com sugestões de boas ideias. Assim que for pré-definida a solução que será prototipada, a equipe deve realizar uma análise SWOT de modo a (re) avaliar os fatores internos e os fatores externos”.


A ideação é a etapa que não hesitamos em falar - quanto mais ideias forem oferecidas, mais provável será encontrar a solução ideal para um problema específico. Com todos dados coletados, devemos explorar, testar e validar as ideias para determinar a melhor maneira de resolver o problema(s) (BROWN, 2010; NORMAN, 2008). A figura 4 lista as principais ferramentas que podem auxiliar na fase de Ideação.

Objetivo da fase Ideação: De maneira geral tais ferramentas ajudam a identificar possíveis soluções para os desafios encontrados na fase anterior



Ferramenta	Descrição
Método da pior ideia possível (<i>Worst Possible Idea Method</i>)	Consiste em pedir aos participantes para criarem ideias ruins, terríveis, estúpidas ou mesmo ilegais, deixando-os se sentirem à vontade, sem que tenham receio de compartilhar suas ideias por acharem ruins.
<i>Brainstorming</i>	É usada para gerar grande número de ideias em curto espaço de tempo. A sessão de <i>brainstorm</i> deve deixar os participantes livres para compartilhar suas ideias sem que haja preconceito.
<i>Workshop</i> de co-criação	É uma reunião em que são organizadas diversas atividades em grupo e dinâmicas rápidas a fim de estimular as equipes a usar a criatividade e elaborar soluções inovadoras.
Cardápio de ideias	Consiste na síntese das ideias geradas em reuniões colaborativas, apresentações de projeto e <i>workshops</i> de co-criação através da montagem de um catálogo.
Matriz de posicionamento	Meio de validação das ideias de acordo com os requisitos e necessidades do projeto. A matriz irá auxiliar na decisão, compreendendo os benefícios e desafios de cada solução, para que as mais estratégicas sejam selecionadas.


Podemos observar que existem centenas de métodos para gerar ideias, como o Benchmark. O Benchmark é o termo em inglês para a Pesquisa de Mercado. Vamos pesquisar tudo o que os concorrentes fazem no Brasil e no mundo. Não vamos nem copiar, nem apenas seguir o que os outros fazem, pois muitas vezes queremos inovar. Vamos observar funcionalidades, estilos visuais, posicionamento no mercado, proposta de valor, atrativos, pontos negativos, comportamento dos usuários e o que mais quisermos.

Outro recurso que pode auxiliar a etapa de ideação é o Moodboard, um quadro de humor ou painel semântico. É um local onde vamos guardar  todas as referências que encontrarmos que têm a ver com o que queremos no nosso projeto. É uma espécie de representação visual dos achados. Ele serve para nos trazer inspiração, ideias e conexões entre imagens, palavras e textos. Caso queira, você pode recorrer a matriz de definição de problemas - da etapa de Definição do Problema - para re(pensar) os problemas, ideias e hipóteses da etapa de ideação (Figura 2).

1 Qual é a questão principal e por que ela é importante?	3 Quais as consequências desse problema mais afetam as pessoas?
2 Para quem isso é um problema?	4 Você consegue pensar esse problema de forma diferente?
5 Que fatores sociais e culturais têm influência neste problema?	6 Em uma frase é possível definir o problema?

Uma técnica de criatividade muito boa é a Lightning Decision Jam da empresa AJ&Smart. Ela nos ajuda a identificar problemas, bolar ideias e escolher as mais adequadas. Desenhamos um barco bem grande, com uma vela (o que nos leva para frente) e uma âncora (o que não nos deixa seguir). Cada pessoa da equipe (de 3 a 8 pessoas) escreve em um post-it os pontos positivos da empresa/produto, colocam ao lado da vela do barco e todos leem. Em seguida, cada pessoa da equipe escreve em um post-it os pontos negativos (barreiras) da empresa/produto, colocam ao lado da âncora do barco e todos leem. Todos ganham a chance de votar nos 3 problemas mais importantes e o problema mais votado será o escolhido. Em seguida, cada pessoa da equipe escreve em um post-it uma solução para aquele problema, respondendo à pergunta: "Como podemos resolver

o problema escolhido?”.

Todos ganham a chance de votar nas 3 melhores soluções e estas se  colocadas em ordem do que será executado primeiro.

A melhor forma para sessões de ideação é fazer individual primeiro e, em seguida, em grupo. Começar com uma ideação em grupo pode fazer com que as vozes mais altas e fortes sejam seguidas, enquanto as ideias de quem é mais tímido ou introvertido não sejam ouvidas da mesma forma. Então, devemos deixar alguns minutos para que todos pensem sozinhos primeiro e começar a sessão de grupo só depois.

Crie um moodboard colaborativo em um arquivo na nuvem, como na ferramenta gratuita Google Slides ou Google Apresentações. Assim todos podem participar, inserindo coisas que acharam na internet e que tem a ver com o produto. Além disso, trabalhe com um benchmark, análise não somente os concorrentes, mas também serviços e produtos oferecidos em outras áreas, mas que podem ser adequados ao seu projeto. Com essa prática de pesquisa, você pode ter bons insights (faíscas de pensamento que nos fazem chegar a conclusões e/ou ideias de soluções). Dessa mistura de áreas é que saem muitas inovações no mercado.


Espero que tenham gostado e até mais!

Vida longa e próspera!

Atividade Extra

Recomendo que vocês façam a leitura do artigo “A gestão do conhecimento holística”, que pode ser facilmente encontrado no Google.

Fonte: CORRÊA, F.; ZIVIANI, F.; CARVALHO, R. B. de; RIBEIRO, J. S. de A. N.; FERREIRA, E. de P. A gestão do conhecimento holística: análise de

aderência do modelo de Tuamsuk, Phabu e Vongprasert (2013). InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 1  137, 2019. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v10i2p115-137.

Referência Bibliográfica

AJ&SMART, Design Sprint WORKSHOP. Lightning Decision Jam AJ&Smart. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=33hBnZzoFAg>. Acesso em março 2022. (acesso em 25/11/2022)

BROWN, T. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GARBIN, Jessica. Um modelo de priorização eficiente — sem “achismos”. Abril, 2021. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/um-modelo-de-priorizacao-eficiente-e-sem-achismos-baseado-em-valor-vs-esforco-695a7e5cc857>. Acesso em março 2022. (acesso em 25/11/2022)

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)

NORMAN, Donald A. O Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Ed. ROCCO, 2008.

PICANÇO, Caroline Tavares. Uma metodologia para melhoria de processos baseada em design thinking. 2017. 170f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação do Centro de Informática), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

STANFORD D.SCHOOL. An Introduction to Design Thinking Process Guide.

Disponível

em

<https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>. Acesso em 

ago 2019. (acesso em 05/12/2022)

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

Ir para exercício