




# Metodologias de Design

**C**omo 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

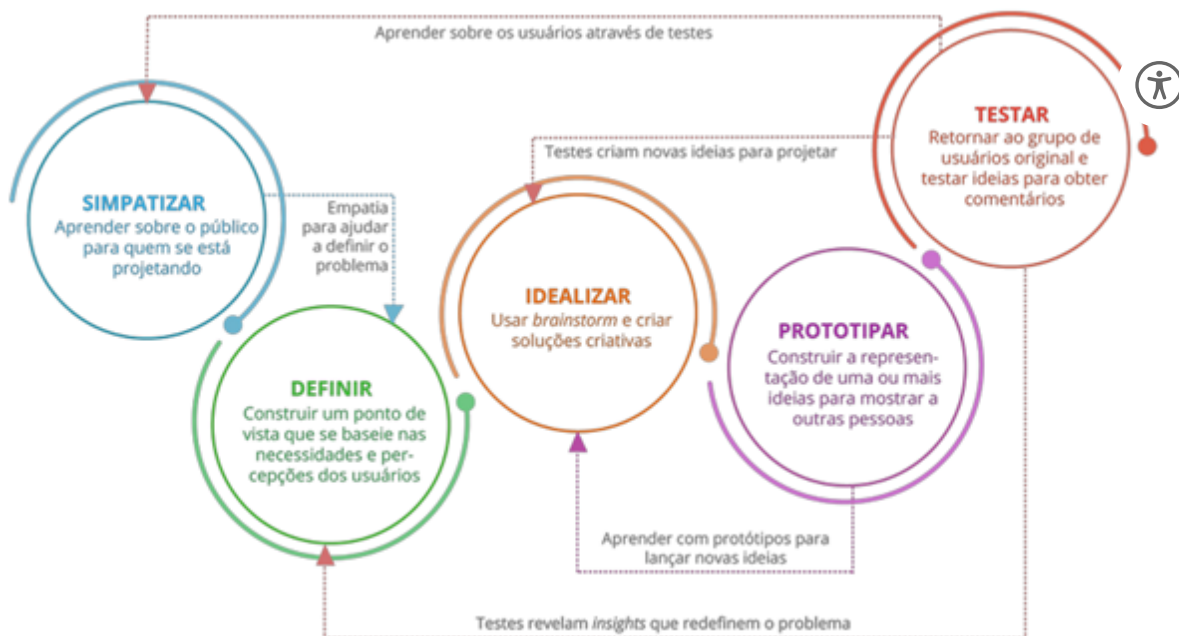
- Testar hipóteses durante o teste com usuários.

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"> <li><b>Objetivo de longo prazo:</b> de maneira otimista, estabelecer o que o time busca alcançar.</li> <li><b>Perguntas da sprint:</b> 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>.</li> <li><b>Mapa da sprint:</b> construir a jornada do cliente, com um fluxograma mostrando como o cliente interage com seu negócio.</li> <li><b>Entrevista com especialistas:</b> Consultar especialistas da equipe do <i>sprint</i> e convidados de fora, levantando desafios do negócio e produto.</li> <li><b>Anotações e organizações dos desafios:</b> 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.</li> <li><b>Priorização dos desafios:</b> 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.</li> <li><b>Escolha do alvo no Mapa:</b> escolha da interação e do cliente mais importantes no Mapa.</li> </ol>
Terça-feira	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Demonstrações-relâmpago:</b> benchmarking para análise de boas soluções de uma variedade de empresas. Três minutos por demonstração.</li> <li><b>O Esboço em quatro etapas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>1. Anotações.</b> Vinte minutos. Anotações em silêncio de tudo que o time trabalhou e levantou.</li> <li><b>2. Ideias.</b> Vinte minutos. Rascunho individualmente de ideias básicas.</li> <li><b>3. Crazy 8s.</b> 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.</li> <li><b>4. Esboço da solução.</b> 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.</li> </ul> </li> <li><b>Recrutamento de cinco usuários para o teste de sexta</b></li> </ol>
Quarta-feira	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Mapa de calor das soluções:</b> 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.</li> <li><b>Apresentação das soluções:</b> três minutos por esboço, com discussão em grupo dos destaques de cada solução. Registro das ideias mais promissoras e objeções importantes.</li> <li><b>Escolha da solução:</b> voto individual e sincronizado para registrar a solução preferida, seguida do voto do decisor.</li> <li><b>Roteiro para o protótipo:</b> uso de um roteiro (<i>storyboard</i>) para planejar o protótipo.</li> </ol>
Quinta-feira	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Criação do protótipo</b></li> <li><b>Escreva um roteiro para a entrevista</b></li> </ol>
Sexta-feira	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Entrevista e teste do protótipo.</b></li> <li><b>Análise dos aprendizados:</b> revisão do objetivo de longo prazo e das perguntas do sprint; análise dos padrões identificados nas entrevistas.</li> <li><b>Definição dos próximos passos</b></li> </ol>

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!



## **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](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**