



Design Thinking

Eduardo Ariel



Introdução

Fases, etapas e processos

O design thinking tem como premissa ser um processo centrado no usuário, que no caso de uma marca, produto ou serviço não é o cliente que está contratando, mas sim o público que esta marca irá atender.

O termo design thinking apareceu pela primeira vez no livro *The Science of the Artificial*, de Herbert A. Simon, publicado em 1969

No livro *The Science of the Artificial*, publicado em 1969, Herbert A. Simon começou a explorar a ideia de pensar o design, ou seja, como algo será criado.

Esse conceito foi a origem do design thinking, uma metodologia de resolução de problemas que usa a criatividade e a empatia.

O Design Thinking se baseia em:

**Empatia, Colaboração,
Experimentação e Iteração.**

Baseia as soluções nas evidências de como os usuários interagem com os produtos ou serviços.

Design thinking é uma metodologia que usa a criatividade para resolver problemas de forma diferenciada.

É uma abordagem centrada no ser humano, que visa criar soluções inovadoras voltadas aos clientes.

É uma forma de pensar não convencional que envolve profissionais com diferentes backgrounds.

Envolve exercícios de observação, criatividade e produção.

Envolve avaliar e testar a efetividade das soluções propostas.

Envolve criar oportunidades que cruzam o desejo das pessoas com o que é econômica e tecnicamente viável.

Design Thinking



Tim Brown

Ex-CEO e presidente da IDEO, uma das principais consultorias de inovação do mundo.

Popularizou o conceito de Design Thinking com o livro *Change by Design* (2009).

Defende a abordagem centrada no ser humano como estratégia de inovação.



David Kelley

Fundador da IDEO e da d.school (Hasso Plattner Institute of Design) em Stanford.

Foi pioneiro na aplicação do Design Thinking no mundo dos negócios e da educação.

Incentivou o uso do design para resolver problemas complexos.



Hasso Plattner

Cofundador da SAP e grande investidor na d.school de Stanford.

Apoiou pesquisas sobre Design Thinking aplicado a negócios e tecnologia.

Seu nome está ligado ao conceito de prototipagem rápida e iteração.

No mundo corporativo, a metodologia de Design Thinking ganhou popularidade graças à IDEO, uma das maiores agências de design do mundo.

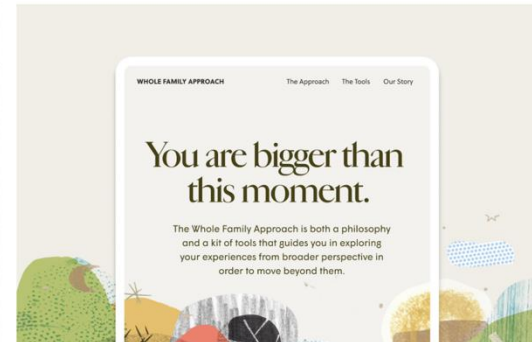
Criada em 1991, foi uma das empresas que democratizou o acesso ao design thinking, criando um método fácil de ser aplicado por qualquer tipo de profissional ou negócio.

A ideia era ensinar as pessoas a pensar e agir como designers, para que pudessem resolver problemas de uma forma criativa e identificar oportunidades de inovação.

Designing for safety

IDEO.org is a nonprofit design studio.

We design products and services alongside organizations that are committed to creating a more just and inclusive world.

[SEE OUR WORK](#)

<https://www.ideo.org>

IDEO



A global design company

We believe a better future is for all of us to design.

 HEAR HOW WE PRONOUNCE IDEO

Who We Are

We're a multidisciplinary community of makers who leverage discovery, play and experimentation to help organizations get and stay ahead now and in the future.

What We Do

We design breakthrough products, services, brands, and experiences; craft strategies that help businesses grow; and build critical capabilities that transform organizations.

Contact Us

Looking to solve a problem, grow your team's capabilities, or build new strategy? We're here to help. Get in touch so that we can help chart a path forward.

40+ years of design &
innovation

<https://www.ideo.com/about>

Welcome

EXPLORE THE STANFORD D.SCHOOL

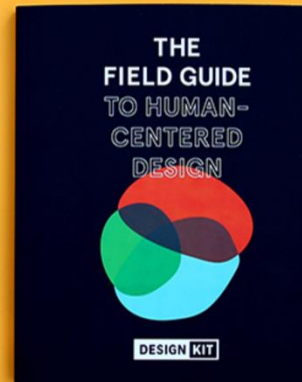


<https://dschool.stanford.edu>



Introducing the Field Guide

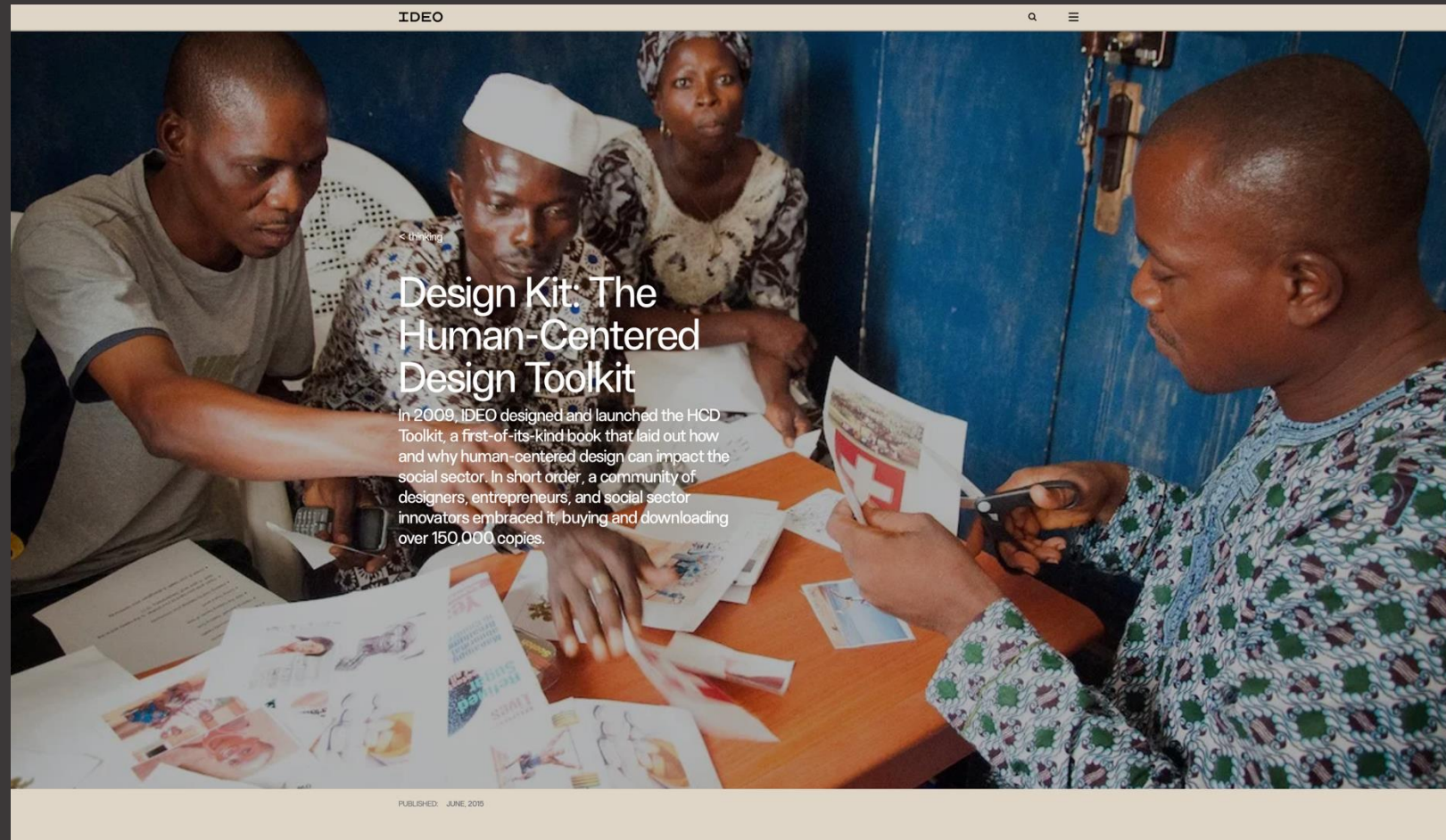
Check out the Field Guide to Human-Centered Design and start solving problems like a designer!



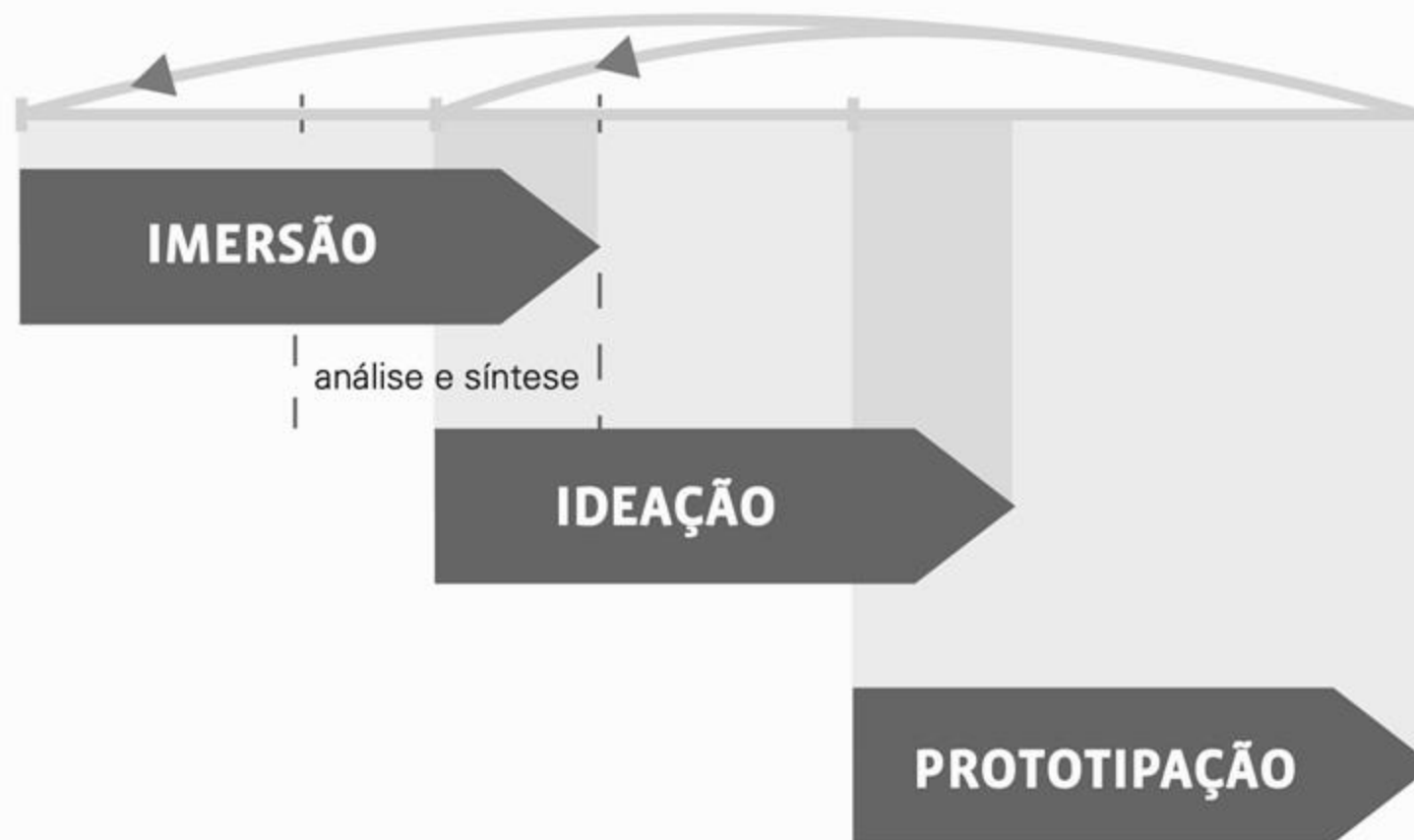
WHAT IS HUMAN-CENTERED DESIGN?



<https://www.designkit.org>



<https://www.ideo.com/journal/design-kit-the-human-centered-design-toolkit>



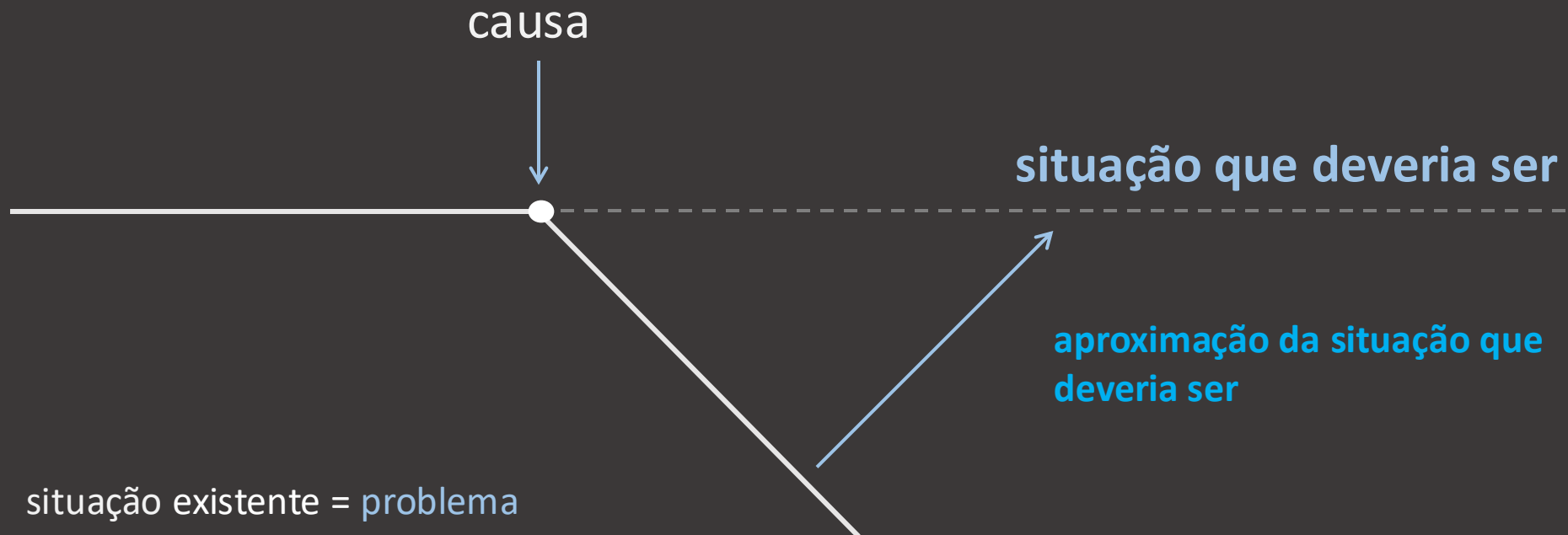
Esquema representativo das etapas do processo de Design Thinking.



Tipos de pensamento

dentro do Design Thinkg

Pode-se apresentar o problema como o desvio de uma situação desejada: a situação existente (**problema**) pode ser uma causa para o desvio que impede a situação que “deveria ser”.



Pensamento tradicional

Ele pode referir-se a uma abordagem linear para resolver problemas, ou a uma forma de pensar típica de uma determinada época ou grupo social

Pensamento paralelo

O pensamento paralelo é uma técnica de pensamento que envolve explorar um problema de várias perspectivas ao mesmo tempo.

Ele é uma alternativa à argumentação tradicional.

O termo foi cunhado por Edward de Bono.

Pensamento divergente

Gera ideias, amplia possibilidades e estimula a criatividade

Pensamento convergente

Filtra ideias, elimina opções inviáveis e seleciona as melhores soluções

Pensamento indutivo

Parte de uma situação específica para o contexto geral

Motiva o conhecimento já existente ao processo de validação através de experimentos

Pensamento abdutivo

Uma combinação de métodos indutivos e dedutivos que incentiva o pensamento expansivo

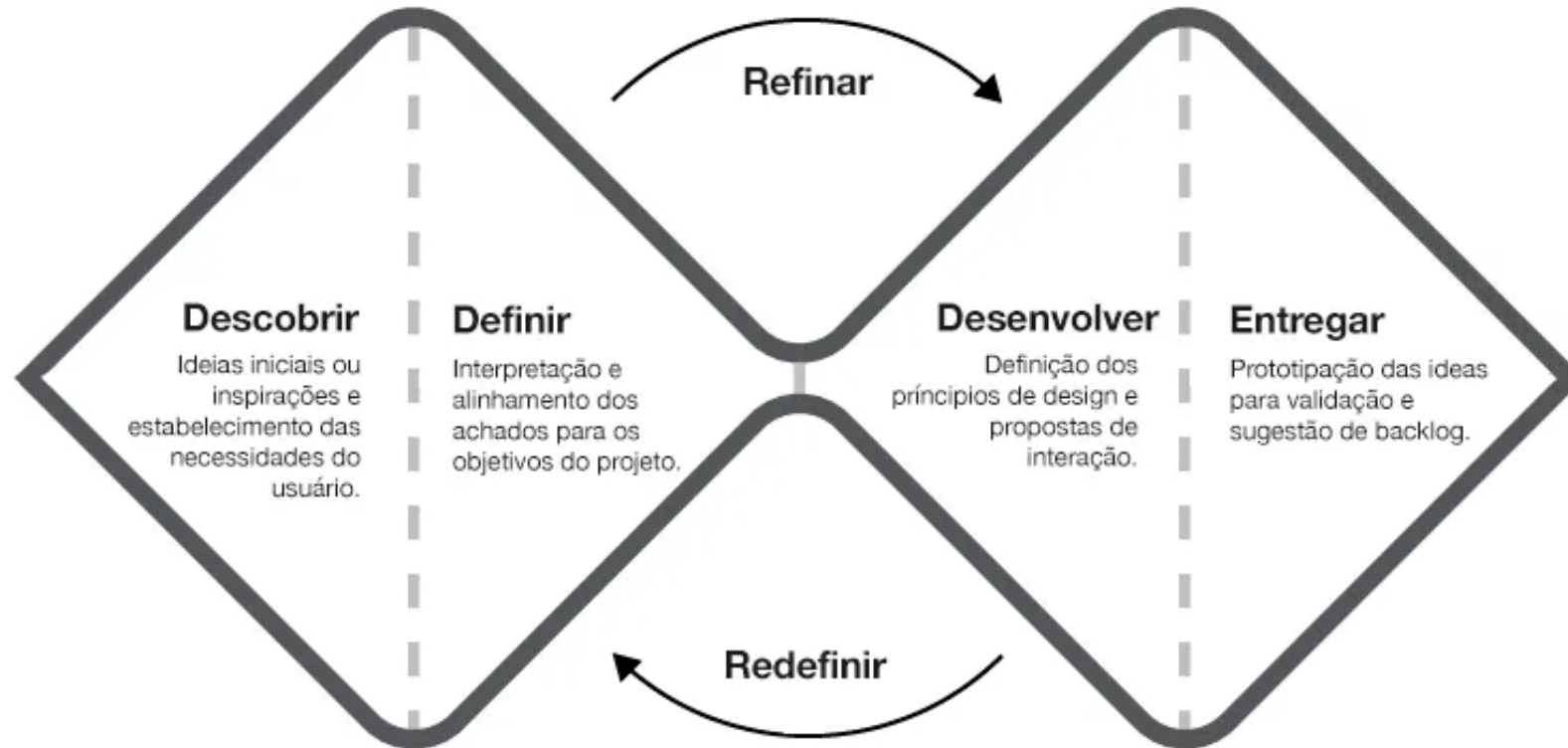
Gera ideias inovadoras, geradas através de uma explicação fundamentada em conhecimentos intuitivos ou por palpites

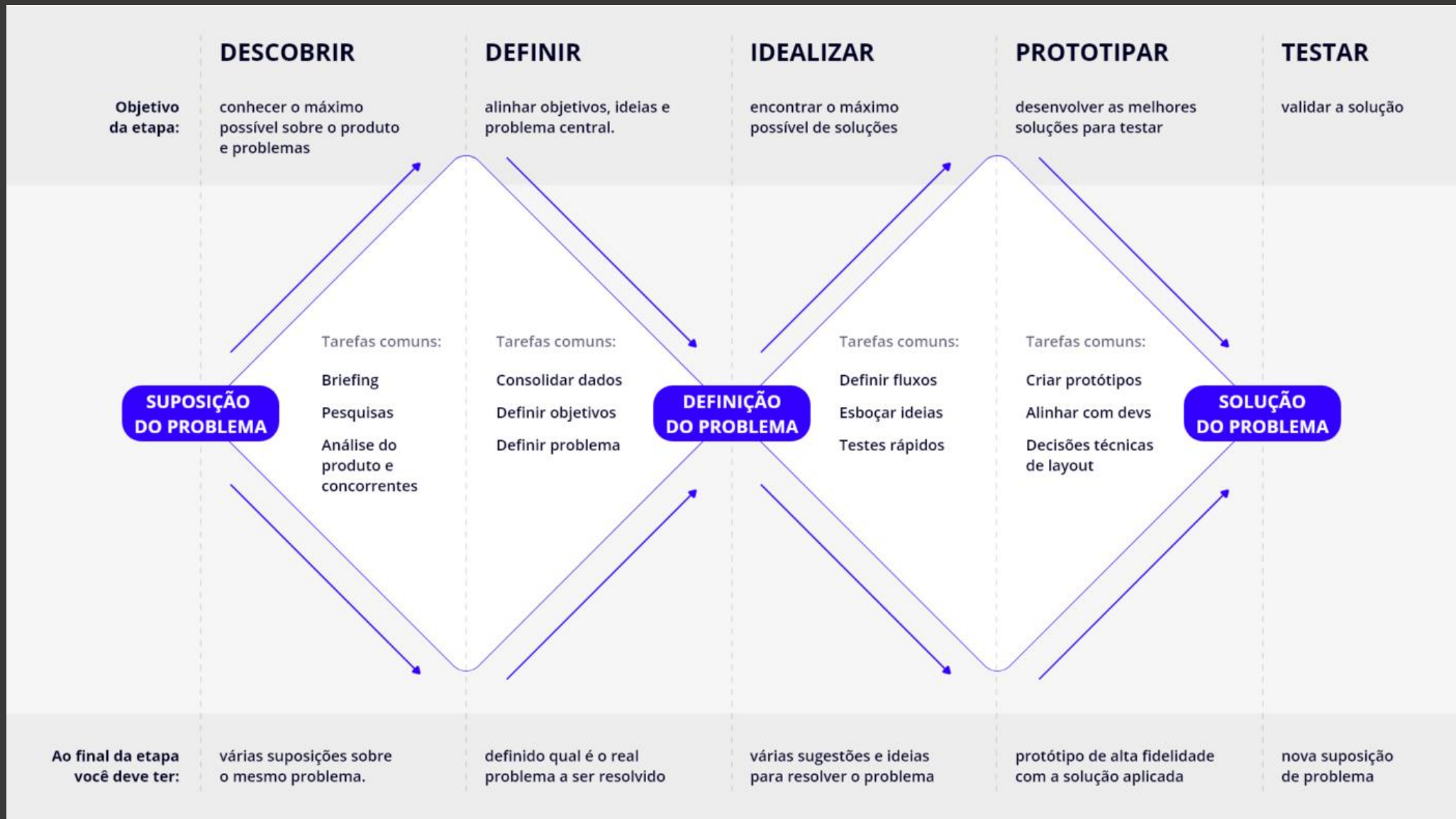
Pensamento lateral

Ele é uma forma de resolver problemas de forma criativa, que envolve a utilização de raciocínio não convencional. É também conhecido como "pensar fora da caixa".

O termo "pensamento lateral" foi cunhado por Edward de Bono em 1967.

O diagrama do duplo diamante



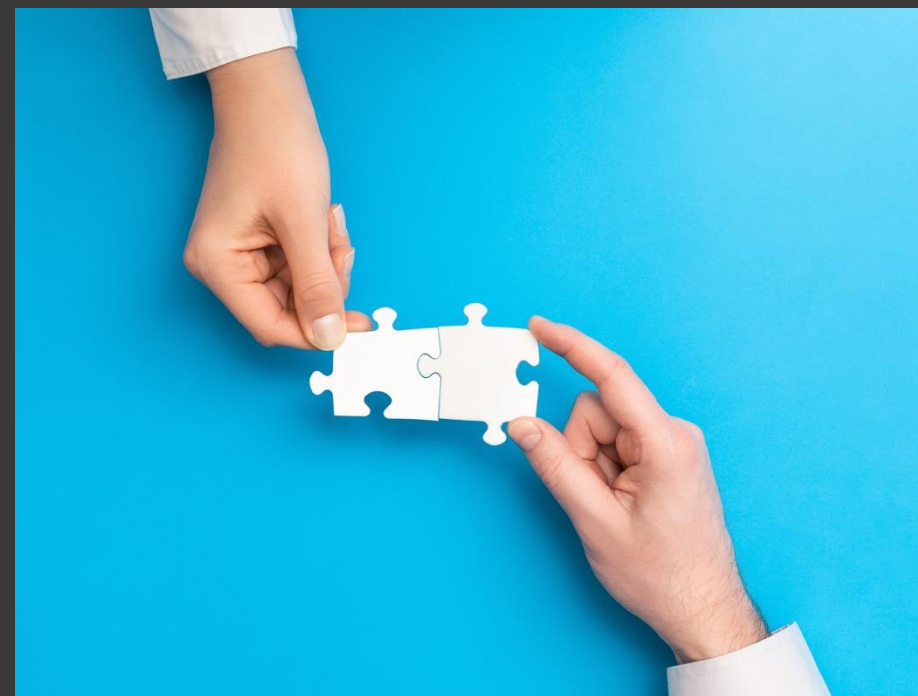


Design Thinking

Imersão

A primeira fase do processo de Design Thinking é chamada Imersão.

Nesse momento a equipe de projeto aproxima-se do contexto do problema, tanto do ponto de vista da empresa (o cliente) quanto do usuário final (o cliente do cliente).



Imersão preliminar

A primeira tem objetivo o reenquadramento e o entendimento inicial do problema.

A Imersão Preliminar tem como finalidade definir o escopo do projeto e suas fronteiras, além de identificar os perfis de usuários e outros atores-chave que deverão ser abordados.

Nesta fase, é possível também levantar as áreas de interesse a serem exploradas de forma a fornecer insumos para a elaboração dos temas que serão investigados **na Imersão em Profundidade**.

Reenquadramento

O processo começa com reuniões de alinhamento estratégico entre a equipe do projeto de Design Thinking e a empresa contratante, durante as quais ocorre o reenquadramento.

Pesquisa exploratória

Paralelamente, é realizada uma pesquisa exploratória preliminar para entender o contexto do tema e identificar comportamentos extremos para aprofundamento na fase de Imersão.

Pesquisa Desk

Fornece referências das tendências da área estudada no Brasil e exterior, além de insumos de temas análogos que podem auxiliar no entendimento do assunto trabalhado.

Imersão preliminar

1

Reenquadramento: A equipe do projeto se reúne com profissionais da empresa contratante, por meio de entrevistas ou dinâmicas coletivas, para redefinir o problema e estabelecer as fronteiras do projeto.

2

Pesquisa Exploratória: Realizada em campo para compreender os usuários e atores envolvidos, ajudando a definir os perfis principais para a Pesquisa em Profundidade.

3

Pesquisa Desk: Busca por tendências sobre o tema no Brasil e no exterior para embasar o projeto.

Imersão preliminar

Reenquadramento

Quando se inicia um projeto de Design Thinking, geralmente a equipe não conhece o tema. Portanto, realiza-se uma Imersão Preliminar como forma de aproximação do problema, muitas vezes antes do kick-off do projeto.

Essa etapa começa com um processo de Reenquadramento no qual a equipe de projeto reúne-se com os profissionais da empresa contratante, seja em entrevistas individuais ou em dinâmicas coletivas, **para olhar o problema sob outras perspectivas e definir as fronteiras do projeto.**

O que é?

É examinar problemas ou questões não resolvidas em uma empresa 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.**

Quando usar?

Como um problema não pode ser resolvido com o mesmo tipo de pensamento que o criou, o reenquadramento deve ser usado como primeira etapa para geração de soluções inovadoras. **Serve também como etapa inicial da melhoria de produtos, serviços e/ou processos, uma vez que permite a abordagem da questão sob novas perspectivas.**

Imersão preliminar

Reenquadramento

Como aplicar?

O reenquadramento ocorre em ciclos de captura, transformação e preparação, repetindo-se até que o problema seja visto sob novas perspectivas e caminhos inovadores sejam identificados.

A equipe de projeto atua como facilitadora desse processo, que pode variar em duração (de semanas a um workshop).

O essencial é a realização de encontros com os atores envolvidos, estimulando novos padrões de pensamento por meio de pequenas tarefas.

Captura

A coleta de dados sobre a essência do produto, serviço ou empresa baseia-se nas crenças do interlocutor e orienta a fase de transformação. O processo ocorre em reuniões, combinando entrevistas e dinâmicas para ampliar a perspectiva sobre a questão.

Transformação

Com os dados em mãos, a equipe de projeto transforma as informações coletadas, agregando novas perspectivas. Técnicas como mapas mentais, jornadas e **negação são aplicadas conforme o objetivo, o cliente e o estágio do processo.**

Preparação

A preparação envolve a criação de materiais de impacto para estimular a reflexão. **Esse processo também ajuda a esclarecer questões pendentes e definir ferramentas para o próximo ciclo..**

Imersão preliminar

Pesquisa Desk

O que é?

É uma busca de informações sobre o tema do projeto em fontes diversas (websites, livros, revistas, blogs, artigos, entre outros).

O nome Desk origina-se de desktop, e é utilizado porque a maior parte da pesquisa secundária realizada atualmente tem com base referências seguras da internet.

Quando usar?

A pesquisa complementar busca informações externas, identificando tendências no Brasil e no exterior sobre o tema ou assuntos relacionados.

Pode ocorrer ao longo do projeto para aprofundar questões, mas é especialmente útil no início para ampliar a compreensão da equipe sobre o contexto e as perspectivas do tema.

Como aplicar?

A pesquisa começa com uma árvore de temas relacionados, **que se expande conforme novas fontes e citações são encontradas**. As referências são registradas em Cartões de Insights, contendo título, descrição, fonte e data, garantindo objetividade. **Esses cartões são analisados e cruzados com dados da Imersão em Profundidade, permitindo a identificação de padrões e oportunidades para as próximas fases do projeto.**

Imersão em profundidade

A etapa de Imersão em Profundidade inicia-se com a elaboração de um Plano de Pesquisa, incluindo protocolos de pesquisa primária, listagem dos perfis de usuários e atores-chave para recrutamento e mapeamento dos contextos que serão estudados.

Essa pesquisa consiste em um mergulho a fundo no contexto de vida dos atores e do assunto trabalhado.

Em campo, os agentes envolvidos nessas interações são abordados para entendimento de seus anseios, necessidades e valores.

Geralmente, procura-se focar no ser humano com o objetivo de levantar informações de quatro tipos:

1. O que as pessoas falam?

2. Como agem?

3. O que pensam?

4. Como se sentem?

Imersão em profundidade

Plano de pesquisa

Protocolos de pesquisa primária, listagem dos perfis de usuários e atores-chave para recrutamento e mapeamento dos contextos que serão estudados

Sessões generativas

É um encontro no qual se convida os usuários (ou atores envolvidos no tema do projeto) para que dividam suas experiências e realizem juntos atividades nas quais expõem suas visões sobre os temas do projeto. Visa entender o que sabem, sentem e sonham, muitas vezes de maneira tácita e latente.

Entrevistas

A entrevista é um método que procura, em uma conversa com o entrevistado, obter informações através de perguntas, cartões de evocação cultural, dentre outras técnicas. As informações buscadas permeiam o assunto pesquisado e os temas centrais da vida dos entrevistados.

Cadernos de sensibilização

Os cadernos de sensibilização são uma forma de obter informações sobre pessoas e seus universos, utilizada para coletar dados do usuário com o mínimo de interferência sobre suas ações, ou quando a questão investigada se desenrola de forma intermitente ou dentro de um longo período. Ao contrário de uma abordagem de observação direta e presencial, esta técnica permite que o próprio usuário faça o relato de suas atividades, no contexto de seu dia a dia.

Um dia na vida

É uma simulação, por parte do pesquisador, da vida de uma pessoa ou situação estudada.
Ou seja, membros da equipe de projeto assumem o papel do usuário e passam um período de tempo (que pode ser mais do que um dia, dependendo do desenrolar do tema) agindo sob um diferente ponto de vista e interagindo com os contextos e pessoas com os quais se estaria confrontado no dia a dia.

Sombra

É o acompanhamento do usuário (ou outro ator do processo) ao longo de um período de tempo que inclua sua interação com o produto ou serviço que está sendo analisado. Enquanto “sombra”, o pesquisador não deve interferir na ação do usuário, apenas observá-lo

Imersão em profundidade

1. O que as pessoas falam?

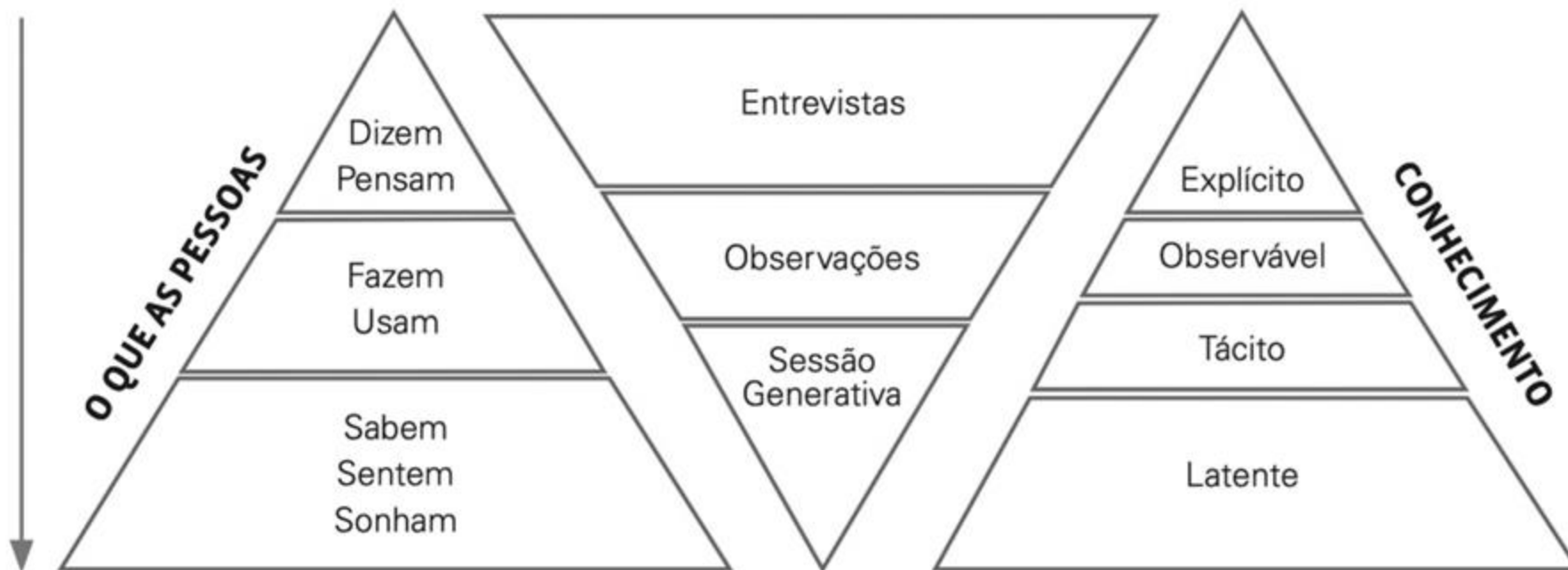
3. O que pensam?

2. Como agem?

4. Como se sentem?

SUPERFÍCIE

TÉCNICAS



PROFUNDIDADE

Links

<https://www.youtube.com/watch?v=WzZYmnzn24s>

<https://www.youtube.com/watch?v=18E2umM6FSM>

<https://www.youtube.com/watch?v=HPMqyfOT-l8>

<https://www.youtube.com/watch?v=PYQ4V-Oc0ao>
