



Destrinchando o Design Thinking: Suas etapas e vantagens na execução de um projeto



Entenda como as empresas incentivam seus funcionários a pensar de forma disruptiva e abduativa aplicando uma metodologia holística e de fácil entendimento, onde a solução não é derivada do problema: ela se encaixa nele.

O que é ***Design Thinking***?

O conceito de *Design Thinking* surgiu no final dos anos sessenta e se solidificou nos anos setenta com o livro “*Experiences in Visual Thinking*” publicado por Robert McKim, o nome traduzido de forma literária significa ‘pensamento de design’ que faz alusão a forma do designer de pensar. Na visão do *designer*, tudo que inibe ou prejudica a experiência ou o bem estar do usuário é um problema, logo sua principal tarefa é identificar problemas e gerar soluções. Segundo Vianna (2015 p.13), a maneira com que os *designers* pensam e agem diante de um problema chamou a atenção de gestores e trouxe esse conceito para o meio empresarial

A metodologia trás sempre consigo uma equipe multidisciplinar que consegue olhar de diferentes

perspectivas oferecendo interpretações variadas e assim gerando soluções inovadoras, são uma série de variáveis que ajudam a resolução do problema. Usando a Matemática como exemplo, um gráfico plotado no plano cartesiano para ilustrar o raciocínio e considerando o eixo 'x' como a linha do tempo e o eixo 'y' como o conhecimento adquirido pela equipe no projeto, pode-se dizer que uma equipe formada por profissionais da mesma área de atuação e formações similares teria um crescimento da curva de conhecimento linear enquanto a curva de conhecimento da equipe multidisciplinar se daria de forma exponencial.

Mais importante do que a ferramenta é a habilidade de manuseá-la, é possível colocar um prego na parede com alicate? Sim, porém irá entrar torto. Pode-se fazer o mesmo *link* no caso do *Design Thinking*, mais importante do que uma equipe multidisciplinar é ter o gerente do projeto que sabe o que está fazendo e ter juntamente uma equipe virtuosa. Por ser uma metodologia no mesmo formato da *Agile*, que são feitas entregas constantes, tendo em vista que o cliente participa da ideação e prototipação do projeto a comunicação entre gestores, consultores e cliente é fundamental.

Etapas do processo

O método possui três etapas que podem ser executadas de maneira linear, ou seja, na ordem que será apresentada nesse texto ou de maneira não linear que no caso a equipe se basearia no método conforme a demanda do projeto. A primeira etapa é a imersão onde é definido o escopo e qual problema será solucionado, entende-se que não se pode resolver um problema se não conhecermos ele. A segunda etapa é a ideação, onde são decididas quais serão as ferramentas para resolver o problema. A terceira etapa é a prototipação onde é feito um protótipo da solução e testada para garantir que atinja a expectativa do usuário final. Entre a fase de imersão e ideação há uma passagem de bastão (figura 1), o período responsável por essa passagem é chamado 'análise e síntese'.

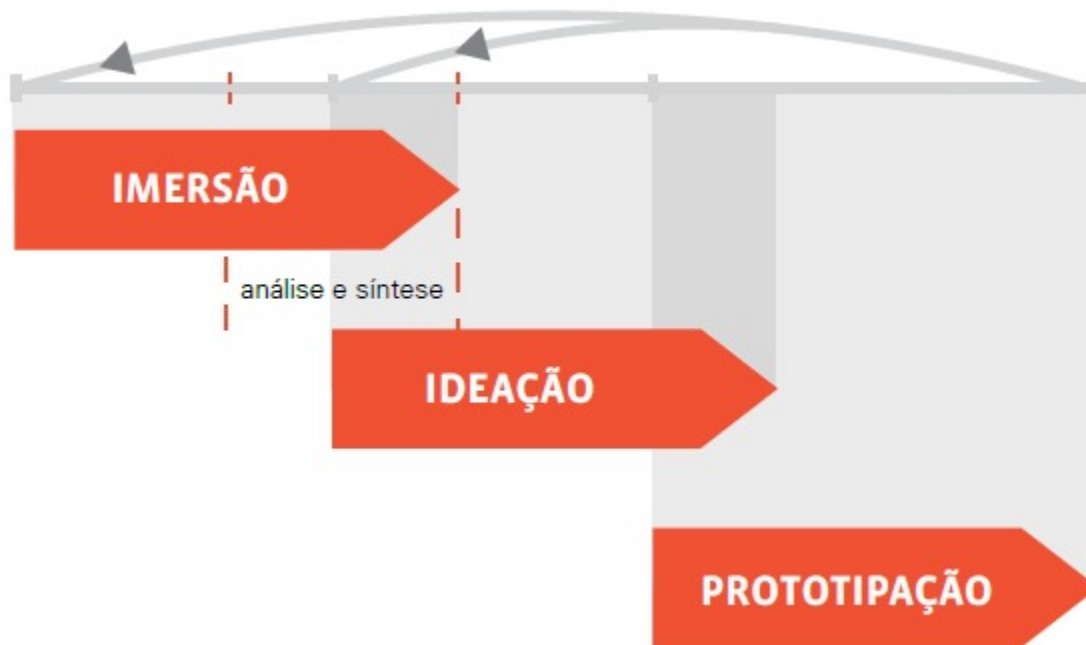


Figura 1 – Fases do Design Thinking | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.18)

Primeira etapa: Imersão



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).

Figura 2 – Imersão | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.21)

A imersão (figura 2) pode ser considerada a principal fase do processo de *Design Thinking*, como a sapata de um prédio a imersão serve de alicerce para o desenvolvimento de um projeto, fornecendo insumos para as fases seguintes. A imersão pode ser dividida em três etapas: Preliminar, em profundidade e análise e síntese. A imersão preliminar tem como objetivo o alinhamento de visão com os *stakeholders* e o entendimento do problema, na imersão em profundidade são gerados os *insights* que vão nortear o projeto e a fase de análise e síntese os dados gerados nas duas imersões são concatenados e são gerados padrões comportamentais e desafios que vão auxiliar o entendimento do problema.

Imersão preliminar

Com objetivo de conhecer o problema a imersão preliminar pode começar antes mesmo do projeto, fazendo com que todos remem na mesma direção. Segundo Vianna (2015 p.24), a primeira coisa a ser feita nessa fase é o processo de reenquadramento que vai envolver os consultores do projeto com a empresa contratante, tendo como finalidade definir o escopo do projeto, são feitas entrevistas individuais, coletivas ou mesmo dinâmicas permitindo assim que os consultores observem o problema de diferentes perspectivas.

Além de entender o ponto de vista dos *stakeholders* a equipe do projeto realiza também pesquisas com os usuários (os clientes do cliente). São feitos dois tipos de pesquisa: A Pesquisa Exploratória, que é uma pesquisa de campo que ajuda a equipe a entender o contexto que está inserida e definir perfis dos usuários para uma pesquisa em profundidade. Também é papel dessa primeira fase definir quais serão os temas a serem explorados na Pesquisa *Desk*, que é uma pesquisa mais ampla feita para imergir mais

ainda no tema do projeto. Ao contrário da Exploratória, a Pesquisa Desk é feita à distância, usando como principal fonte a internet.

Imersão em profundidade

Como o nome diz, é uma pesquisa que busca compreender o contexto da vida dos stakeholders focando essencialmente no ser humano com intuito de responder quatro perguntas fundamentais:

- O que as pessoas falam?
- Como agem?
- O que pensam?
- Como se sentem?

O objetivo é entender as necessidades e comportamentos extremos e mapear padrões, a pesquisa é feita de forma qualitativa para que se possa criar soluções específicas. Dessa forma, consegue-se criar laços de confiança e empatia com os stakeholders e com isso potencializando suas perspectivas.

Existem algumas técnicas que permitem que essa fase do processo seja executada com êxito, dentre elas: Entrevistas que é uma conversa de forma individual busca através de perguntas responder questões pontuais; Caderno de sensibilização que são anotações do dia a dia do funcionário, não tendo uma abordagem direta e pessoal o Caderno de sensibilização tende a deixar o funcionário mais confortável; Sessões Generativas que tem o mesmo objetivo das entrevistas porém com uma abordagem mais latente e tácita; Sombra que é passar um período ao lado do usuário mas sem interferir nas ações dele; Um dia na vida que é trocar de lugar com o ator, parecido com a técnica 'sombra' porém nessa o consultor bota a mão na massa.

Como cada projeto é único e tem necessidades diferentes, não será em todo projeto que o consultor irá usar todas as técnicas para a imersão, tudo depende do que se deseja obter para alcançar o objetivo do projeto, de acordo com a figura 3.

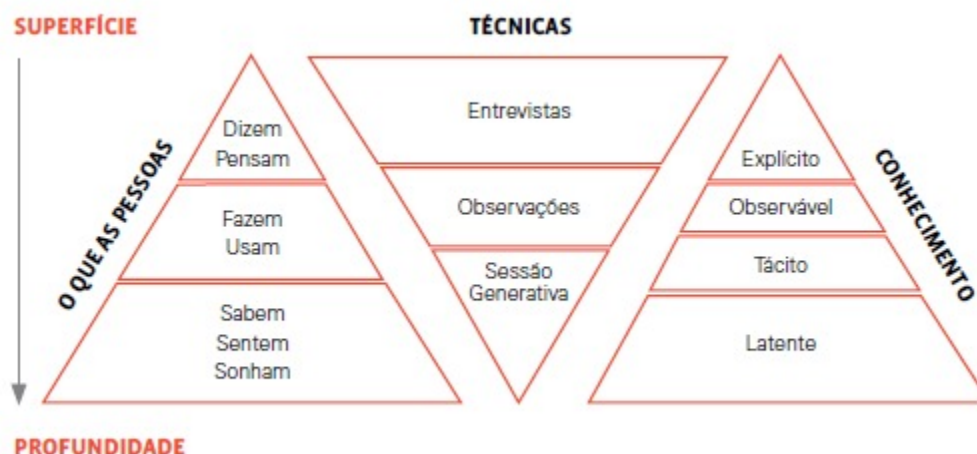


Figura 3 – Técnicas de imersão | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.65)

Análise e Síntese



Figura 4 – Análise e Síntese | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.65)

A última etapa da fase de imersão é a transição entre a imersão e a ideação (figura 4), que é a próxima fase. Responsável por agrupar e cruzar todos os dados obtidos nas imersões realizadas a fim de encontrar padrões, oportunidades e personas, com isso é possível formar cartões de *insights* que irão acompanhar os consultores durante todo o processo.

Assim como as outras etapas essa fase também possui técnicas que podem ser usadas para auxiliar sua execução. Com o objetivo de organizar dados o Diagrama de Afinidades agrupa os cartões de *insights* de acordo com similaridades, afinidades, dependência ou proximidade, deixando a visualização desses dados mais clara. O Mapa Conceitual é outra técnica que auxilia a visualização dos dados, nesse caso de dados complexos. Seu objetivo é achar parâmetros entre os dados e permitir outras interpretações sobre os mesmos dados porém agrupados de forma diferente. Os Critérios Norteadores são definidos como delimitadores do projeto, com objetivo de não perder o foco e evidenciando aspectos que não devem ser

perdido durante o projeto.

Tão importante quanto dados de qualidade é a visualização deles e com isso a transformação de dados em informação. Com esse papel, essa primeira fase do processo é essencial para o sucesso do projeto.

Ideação

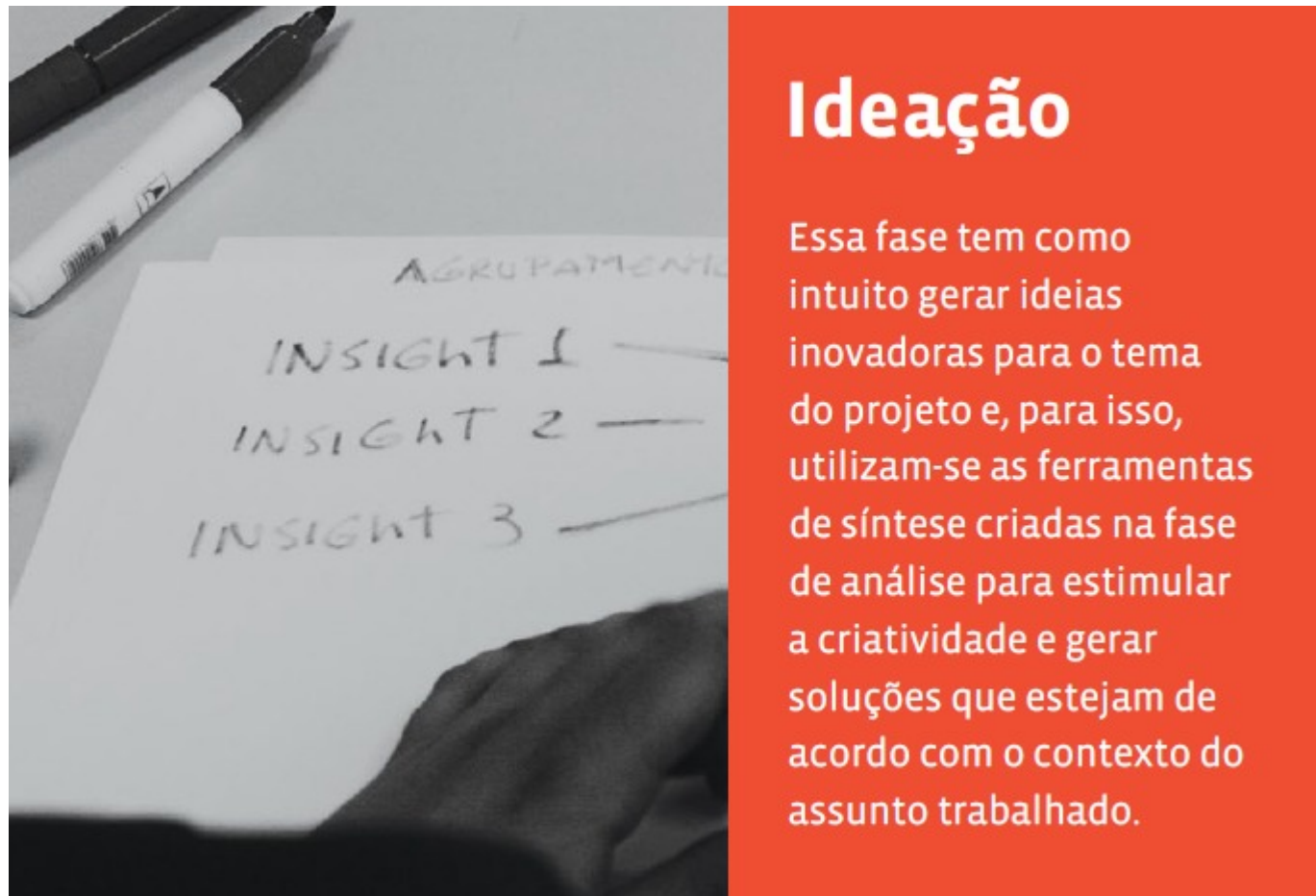


Figura 5 – Ideação | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.99)

Depois de entender o problema a fase de Ideação (figura 5) é responsável por gerar soluções para o desafio. Nessa fase é necessário que haja uma pluralidade de ideias, tanto com uma equipe multidisciplinar quanto com os *stakeholders* envolvidos, o objetivo de reunir pessoas diferentes expertises é justamente pra achar soluções diferentes, o que tende a gerar resultados mais assertivos.

A fase de Ideação tende a começar com um *brainstorming*, que é uma técnica usada para gerar um grande número de ideias em um curto espaço de tempo. Já com alguma ideias filtradas e selecionadas de acordo com os Critérios Norteadores é feito um *Workshop* de cocriação, são feitos grupos compostos por pessoas que tem envolvimento direto ou indireto no projeto, com objetivo de fomentar a

criatividade e a colaboração criando soluções inovadores para resolução do problema.

Geradas as ideias, elas são apresentadas em um catálogo intitulado Cardápio de Ideias, onde são sintetizadas as ideias geradas até o momento. Visando analisar essas ideias de forma estratégica, atender as personas do projeto e sem sair do escopo inicial é feita uma Matriz de Posicionamento que tem o objetivo de apoiar o processo de decisão auxiliando a escolha da ideia que vai seguir para a fase seguinte e assim ser prototipada.

Prototipação



Figura 6 – Prototipação | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.121)

O processo de prototipação (figura 6) é a última fase do processo e a responsável por validar e tangibilizar as ideias geradas através de protótipos. Com isso as incertezas acerca do projeto são reduzidas pois as alternativas que não forem bem recebidas são descartadas e assim a assertividade aumenta. Antes da criação do protótipo é feito um questionário sobre as soluções que foram geradas no processo de ideação, depois disso são criados os protótipos logo após são testados e avaliados de forma cíclica (figura 7), ou seja, o protótipo só será validado depois de passar tantas vezes quanto forem necessárias para alcançar o êxito, como um ciclo PDCA (*Plan, do, check, action*).

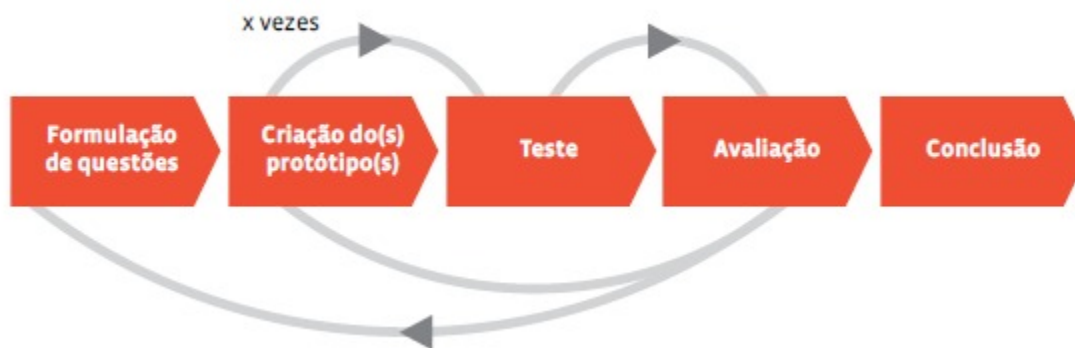


Figura 4 – Ciclo de prototipagem | Fonte: (VIANNA *et al.*, 2015, p.124)

Após o questionário ser validado e antes da fase de testes existe um *gap*, que nesse caso é a construção do protótipo, podemos usar algumas técnicas para realizar essa tarefa. O Protótipo em Papel é uma representação gráfica que pode ser desde esboços à mão em um papel como uma embalagem de um produto, sua complexidade pode aumentar de acordo com a quantidade de vezes que ele passa pelo ciclo (Figura 7). A Encenação é uma técnica bastante usada quando o projeto entrega algo não tangível, o exemplo de um serviço, como o nome diz é feita uma encenação com o objetivo de avaliar se a jornada do usuário está dentro do esperado.

Terminada a fase de prototipação é feita a entrega e o acompanhamento do projeto. Nessa etapa de entrega começamos a ver as vantagens do *Design Thinking*, não haverão grandes divergências sobre o que o cliente quer/esperava receber com o que foi entregue pois em todas as etapas do processo ele esteve presente dando *feedback* e talvez esse seja o ponto mais vantajoso, além do ganho de qualidade e tempo, de aplicar essa metodologia. Na questão do ganho de qualidade é notório já que é feita uma fase de imersão bastante minuciosa e isso acarreta num planejamento detalhando, diminuindo as margens de erro e risco, com isso fica mais fácil cumprir os prazos cronológicos do projeto.

Outro ponto que também vale salientar é que essa metodologia trás uma equipe multidisciplinar e com isso soluções inovadoras e ideias disruptivas. Para concluir o pensamento gostaria de deixar uma frase escrita no livro que usei de referência para escrever esse artigo, segundo Vianna (VIANNA *et al.*, 2015, p.14) “É pensando de maneira abduativa que o designer constantemente desafia seus padrões (...). É essa habilidade, de se desvencilhar do pensamento lógico cartesiano, que faz com que o designer se mantenha ‘fora da caixa’.”

Referências Bibliográficas

VIANNA, M; VIANNA, Y; ADLER, K.I; LUCENA, B; RUSSO, B: Design Thiknking INOVAÇÃO EM NEGÓCIOS – Rio de Janeiro: MJV PRESS, 2015

Trendr. **Pensar Design é mais que Design Thinking** . disponível em: <<https://trendr.com.br/pensar-design-e-mais-que-design-thinking-23c5fb37e0e>>. Acesso em 23/03/2018.

Thiago de Napole Arruda Dias

 29 de março de 2018

Sem categoria

3 comentários sobre “Destrinchando o Design Thinking: Suas etapas e vantagens na execução de um projeto”

1. ELVIS PIRES

29 de março de 2018 at 17:47

Muito bom! Meu tcc me baseei muito neste livro do VIANNA. 👍👍👍 Design Thinking é o que Há pra gestão e revolução de projetos atualmente!

2. Esther Rodrigues

30 de março de 2018 at 16:52

Muito interessante o seu artigo, agrega conhecimento!!

1 Pingback

1. O Poder Inovador do Design Thinking

SITE HOSPEDADO POR WORDPRESS.COM.

ACIMA ↑